



Sayı/Number 47

Kasım/November 2021

ISSN 1308-2922 E-ISSN 2147-6985

**P A M U K K A L E Ü N İ V E R S İ T E S İ
S O S Y A L B İ L İ M L E R E N S T İ T Ü S Ü D E R G İ S İ**

**P A M U K K A L E U N İ V E R S İ T Y
J O U R N A L O F S O C I A L S C I E N C E S I N S T I T U T E**



ISSN 1308-2922 E-ISSN 2147-6985

PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

PAMUKKALE UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES INSTITUTE

Sayı/ Number 47

Kasım/November 2021

Sahibi ve Yazı İşleri Müdürü

Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Adına
Prof. Dr. Nurten SARICA

Editör

Prof. Dr. Naci KARKIN

Uluslararası hakemli bilimsel bir dergi olan PAUSBED ilk olarak 2008 yılında yayımlanmıştır. 2017 yılından itibaren E-dergi olarak yayımlanmaktadır. PAUSBED 2021 yılından itibaren yılda altı kez (Ocak, Mart, Mayıs, Temmuz, Eylül ve Kasım) yayımlanacaktır. Dergide yayımlanan çalışmalardan, kaynak gösterilmek şartıyla alıntı yapılabilir. Çalışmaların tüm sorumluluğu yazarına/yazarlarına aittir.

İngilizce Redaktör

Öğr. Gör. Ayşe YAVUZ

Sekreteryaya/Dizgi

Cansu EKİNCİ

DİZİNLENME

ULAKBİM TR DİZİN

EBSCO HOST

ASOS Index

Araştırmaya Bilimsel Yayın İndeks

Türk Eğitim İndeks

SOBİAD, İSAM

Yazışma Adresi

Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kınıklı Yerleşkesi 20070

Kınıklı – DENİZLİ / TÜRKİYE

Tel. + 90 (258) 296 21 82 Fax. +90 (258) 296 39 66

pausbed.pau.edu.tr

DANIŐMA KURULU/ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Arif BİLGİN	Sakarya Üniversitesi, Türkiye Sakarya University, Turkey
Prof. Dr. Aylin ÖZMAN	Türk Eğitim Derneği Üniversitesi, Türkiye Turkish Education Association University, Turkey
Prof. Dr. Cihan ÇOBANOĞLU	Güney Florida Üniversitesi Sarasota-Manatee, ABD University of South Florida Sarasota-Manatee, USA
Prof. Dr. Doğan GÜRSOY	Washington Devlet Üniversitesi, ABD Washington State University, USA
Prof. Dr. Faye HAMMILL	Strathclyde Üniversitesi, İskoçya University of Strathclyde, Scotland
Prof. Dr. Francesco D'ANDRA	Salento üniversitesi, İtalya Univesity of Salento, Italy
Prof. Dr. Geri SMYTH	Strathclyde Üniversitesi, İskoçya University of Strathclyde, Scotland
Prof. Dr. Géza DÁVID	Eötvös Loránd Üniversitesi (Elte), Macaristan Eötvös Loránd University (Elte), Hungary
Prof. Dr. Kadir PEKTAŐ	İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Türkiye Istanbul Medeniyet University, Turkey
Prof. Dr. Mehmet Ali ÜNAL	Pamukkale Üniversitesi, Türkiye Pamukkale Univesity, Turkey
Prof. Dr. Mithat ÜNER	Atılım Üniversitesi, Türkiye Atılım University, Turkey
Prof. Dr. Nevin GÜNGÖR ERGAN	Hacettepe Üniversitesi, Türkiye Hacettepe University, Turkey
Prof. Dr. Orlin SABEV	Bulgar Bilimler Akademisi, Bulgaristan Bulgarian Academy of Science, Bulgaria
Prof. Dr. Sinan OLKUN	Ankara Üniversitesi, Türkiye Ankara University, Turkey
Prof. Dr. Vincent LUIZZI	Teksa Devlet Üniversitesi, ABD Texas State University, USA
Prof. Dr. Yıldıray ÖZBEK	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye Akdeniz University, Turkey
Prof. Dr. Tefvik DALGIÇ	Texas at Dallas Üniversitesi, ABD University of Texas at Dallas, USA
Prof. Dr. Tuğrul İNAL	Hacettepe Üniversitesi, Türkiye Hacettepe University, Turkey
Prof. Dr. Zbigniew BIALAS	Katowice Silesia Üniversitesi, Polonya University of Silesia in Katowice, Poland
Prof. Dr. Yunus BALCI	Pamukkale Üniversitesi, Türkiye Pamukkale Univesity, Turkey

YAYIN KURULU/EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Naci KARKIN	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Prof. Dr. Ahmet DUMAN	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla
Prof. Dr. Asuman ALTAY	Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir
Prof. Dr. Cem KILIÇ	TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Ankara
Prof. Dr. Bener GÜNGÖR	Atatürk Üniversitesi, Erzurum
Prof. Dr. Bülent GÜLOĞLU	İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul
Prof. Dr. Fatih Sultan Mehmet ÖZTÜRK	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Prof. Dr. Handan KUMAŞ	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Prof. Dr. Hüseyin Gazi TOPDEMİR	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla
Prof. Dr. Mehmet YAVUZ	Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon
Prof. Dr. Metin EKİCİ	Ege Üniversitesi, İzmir
Prof. Dr. Selim KARAHASANOĞLU	İstanbul Medeniyet Üniversitesi, İstanbul
Prof. Dr. Suat KOLUKIRIK	Akdeniz Üniversitesi, Antalya
Prof. Dr. Tamer AKSOY	İbn Haldun Üniversitesi, İstanbul
Doç. Dr. Ahmet YILMAZ	Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas
Doç. Dr. Dilek ÇETİNDİ	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Elif BOZYİĞİT	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Feyyaz KARACA	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Gökçen Kurtuluş ÖZTAŞKIN	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. A. Nazif ÇATIK	Ege Üniversitesi, İzmir
Doç. Dr. Hakan Mehmet KİRİŞ	Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta
Doç. Dr. Sezen KARABULUT	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Sinem KANGALLI UYAR	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Doç. Dr. Yeliz MOHAN BURSALI	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Aysel BAYTOK	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Baysar TANIYAN	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi F. Zeynep BİLGE	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul
Dr. Öğr. Üyesi Fatma KABA	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa GÜLTEKİN	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Ozan YILDIRIM	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa İNCEKARA	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Serap ALKAYA	Pamukkale Üniversitesi, Denizli
Dr. Öğr. Üyesi Umut TEPEKULE	Pamukkale Üniversitesi, Denizli

ALAN EDITÖRLERİ/SECTION EDITORS

Prof. Dr. Naci KARKIN
Prof. Dr. Handan KUMAŞ
Prof. Dr. Fatih Sultan Mehmet ÖZTÜRK
Doç. Dr. Dilek ÇETİNDAŞ
Doç. Dr. Elif BOZYİĞİT
Doç. Dr. Feyyaz KARACA
Doç. Dr. Gökçen Kurtuluş ÖZTAŞKIN
Doç. Dr. Sezen KARABULUT
Doç. Dr. Sinem KANGALLI UYAR
Doç. Dr. Yeliz MOHAN BURSALI
Dr. Öğr. Üyesi Aysel BAYTOK
Dr. Öğr. Üyesi Baysar TANIYAN
Dr. Öğr. Üyesi Ece AKYOL
Dr. Öğr. Üyesi Fatma KABA
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa GÜLTEKİN
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Ozan YILDIRIM
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa İNCEKARA
Dr. Öğr. Üyesi Serap ALKAYA
Dr. Öğr. Üyesi Umut TEPEKULE

HAKEM KURULU/ARBITRATION COMMITTEE

Prof. Dr. Abdullah Şevki DUYMAZ	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Arzu ORGAN	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Ata ÖZDEMİRCİ	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Derya SEVİM KORKUT	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Emrah ÖZKUL	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Erdiç ALTAY	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Gülbadi ALAN	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan AYGÖREN	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan ANAMERİÇ	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Hatıra AHMEDLİ CAFER	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Medet YOLAL	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet OKUR	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Muhammet KOÇAK	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Murat KAYALAR	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Prof. Dr. Ramazan Pars ŞAHBAZ	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Sadık SARISAMAN	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Ümit ALNIAÇIK	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Zafer ÖTER	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Doç. Dr. Abdullah TEMİZKAN	Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Aykut ARSLAN	Pîrî Reis Üniversitesi
Doç. Dr. Cem ÖNERTÜRK	Bursa Uludağ Üniversitesi
Doç. Dr. Elvettin AKMAN	Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr. Emre İPEKÇİ ÇETİN	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Gözde ÖYMEN	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Doç. Dr. Harun DİLER	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Kamil YAĞCI	Pamukkale Üniversitesi

HAKEM KURULU/ARBITRATION COMMITTEE

Doç. Dr. Leyla DERVİŞ	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Muharrem EKŞİ	Kırklareli Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa KARACA	Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Neziha MUSAOĞLU	Kırklareli Üniversitesi
Doç. Dr. Nilüfer YÖRÜK KARAKILIÇ	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Doç. Dr. Sitki Bahadır TUTU	Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Yener PAZARCIK	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Doç. Dr. Yıldırım AKTAŞ	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali BAYRAM	Samsun Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi BETÜL ERTEK	Marmara Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Caner YELBAŞI	Mardin Artuklu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Çağrı ÇOLAK	Trabzon Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Feza Sencer ÇÖRTOĞLU	Ankara Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gamze ERYILMAZ	İskenderun Teknik Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nihat YAVUZ	Çukurova Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk DERİNDAG	İnönü Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Pınar KASAPOĞLU AKYOL	Ankara Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ökkeş HAKAN ÇETİN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep AKSOY	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Arş. Gör. Dr. Batu ANADOLU	Çukurova Üniversitesi
Arş. Gör. Dr. Ekin KARAPINAR	Marmara Üniversitesi
Dr. Dilara Nur CANSU İSLAM	Rekabet Kurumu
Arş. Gör. Simay TURAN	Hacettepe Üniversitesi
Öğr. Gör. Mahmut Selami AKIN	Medipol Üniversitesi
Doktorant Ayhan YALÇINSOY	Dicle Üniversitesi

İÇİNDEKİLER /CONTENTS

Araştırma Makaleleri-Research Articles

Abdulgazi YIKICI, Tuğba SALMAN.....	1
Farklı Yerel Yönetim Modelleri Işığında Azerbaycan'daki Belediyeler ve Merkez-Yerel İlişkisi <i>Municipalities and Center-Local Relationship in Azerbaijan in The Light of Different Local Government Models</i>	
Ayşegül KUŞ, Hasan ATMACA.....	19
Hommaire'in Samsun Sahil Şeridine (Alaçam'dan Çarşamba'ya) Yönelik Gözlemlerine Dair Eleştirel Bir Değerlendirme <i>A Critical Evaluation of Hommaire's Observations on Samsun Coastline (From Alaçam to Çarşamba)</i>	
Bilal ÜSTÜN.....	33
Eine Analyse der Zwischen 2015-2020 Verfassten Master und Promotionsarbeiten in den Abteilungen für Deutschlehrausbildung in der Türkei <i>Türkiye'de Alman Dili Eğitimi Programlarında 2015-2020 Yılları Arası Yazılmış Lisansüstü Tezlere Yönelik Bir İnceleme</i>	
Canan AYDINBEK, Şeyma KIZILTOPRAK.....	45
L'Utilisation de L'Alternance Codique Comme Stratégie de Communication chez les Apprenants Bilingues Franco-Turcs <i>Türkçe-Fransızca İki dilli Öğrencilerde Kod Değişiminin İletişim Stratejisi Olarak Kullanımı</i>	
Didem ÇATALKILIÇ.....	61
Uzunyayla Çerkeslerinde Kolektif Kimliğin Sembolik Biçimlenmesi: 21 Mayıs 1864 <i>Symbolic Formation of The Collective Identity of Uzunyayla Circassian: 21 May 1864</i>	
Gökçen Nil KOCAMANGİL, Mehmet GİRGİN, Aycan ALTUNGÜL.....	75
Orkestra Kadro Sınavlarında Joseph Haydn'in Re Majör 2. Viyolonsel Konçertosuna İlişkin Beklentiler <i>Expectations for Joseph Haydn's D Major Cello Concerto No.2 in Orchestral Auditions</i>	
Sema KURTULUŞ, Erdem ÖZKAN, Habib Mehmet AKPINAR, Aylin Ecem GÜRŞEN, Özlem YAMAN.....	85
Tüketicilerin Çevrimiçi İkinci El Alışveriş Platformlarından Alışveriş Yapma Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma: Çevresel Endişenin Düzenleyici Rolü <i>A Study on Consumers' Motivations to Shopping from Online Second-Hand Shopping Platforms: The Moderating Role of Environmental Concern</i>	
Savaş ÖZTAŞ, Selçuk DEMİRCİ, Ali KASAL, Halil KILIÇ.....	103
Determination of The Impact of Demographic Characteristics on The Furniture Preference of Consumers <i>Demografik Özelliklerin Tüketicilerin Mobilya Tercihine Etkisinin Belirlenmesi</i>	
Halil ÖZYİĞİT.....	115
Resim Sergisi mi? Resim Pazarı mı? Beyoğlu/Pera'da Son Büyük Sergi: 1903 Sergisi <i>A Painting Exhibition or a Painting Market? The Last Great Exhibition in Beyoğlu/Pera: The Exhibition of 1903</i>	
Hanifi SEVER.....	139
The Relationship between Glass Ceiling Syndrome and Organizational Silence of Female Employees in the Aviation Sector <i>Havacılık Sektöründe Kadın Çalışanların Cam Tavan Sendromu ve Örgütsel Sessizlik İlişkisi</i>	
Kamuran KARABALIK.....	157
Birinci Dünya Savaşı'nda Güney Azerbaycan'ın Önemi ve Tebriz'in Osmanlı Birlikleri Tarafından Zaptı (1915) <i>The Importance of South Azerbaijan in The First World War and The Seizure of Tabriz by Ottoman Troops (1915)</i>	

İÇİNDEKİLER /CONTENTS

Araştırma Makaleleri-Research Articles

Md. Nazmul ISLAM.....	175
Turkish Charm and Public Diplomacy: A Literature Review and Critical Assessment on Turkish Soft Power in The Middle Eastern Countries	
<i>Türk Tılsımı ve Kamu Diplomasisi: Orta Doğu Ülkelerinde Türkiye'nin Yumuşak Gücüne İlişkin Bir Literatür İncelemesi ve Eleştirel Değerlendirme</i>	
Melih AYDIN, Şafak ÜNÜVAR.....	189
Yaşam Tarzının Destinasyon Aidiyetine Etkisi: Olympos Örneği	
<i>Effect of Lifestyle on Destination Attachment: The Case of Olympos</i>	
Ayten Yılmaz Yalçiner, Mine Büşra GELEN MERT.....	209
Estimating The Occupancy Rate of an Accommodation Business Using Artificial Neural Networks	
<i>Yapay Sinir Ağları Kullanarak Bir Konaklama İşletmesinin Doluluk Oranının Tahmini</i>	
Muattar Demet DOĞRUÖZ.....	219
Süreç Ekseninde Bir Tür Araştırması: Türk Sanat Müziği Geleneğinde Longalar	
<i>Surveying a Genre Based on Process: Longa in The Turkish Art Music Tradition</i>	
Neriman HOCAOĞLU BAHADIR.....	237
The Europeanization of Turkey's Nature Protection and Biodiversity Policy	
<i>Türkiye'nin Doğa Koruma ve Biyolojik Çeşitlilik Politikasının Avrupalılaşması</i>	
Neslihan YALÇINKAYA.....	247
Sloganların Marka Kimliğine Katkısının İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi	
<i>A Content Analysis on The Impact of Slogans to Brand Identity</i>	
Nurgül KELEŞ TAYŞİR.....	269
A Multilevel Perspective of Nascent Social Entrepreneur Disengagement	
<i>Genç Sosyal Girişimcilerin Fikirlerinden Vazgeçmelerinin Farklı Seviyelerde İncelenmesi</i>	
Savaş EVREN.....	289
Türk Sinemasında Uludağ İmajı: Uludağ'da Çekilen Türk Filmlerinin İçerik Analizi	
<i>Uludağ Image in Turkish Cinema: Content Analysis of Turkish Films Made in Uludağ</i>	
Serap Özdöl KUTLU, Selcen Seda TÜRKSOY.....	303
Kültür Turizminde Tarih Öncesi Arkeolojik Yerleşmeler ve Göbeklitepe Örneği	
<i>Pre-Historical Archeological Settlements in Cultural Tourism: Göbeklitepe Case</i>	
Semin PAKSOY, Emina KARO	317
Regional Disparities and Their Connection with Juvenile Delinquency	
<i>Bölgesel Farklılıklar ve Çocuk Suçu ile İlişkisi</i>	

İÇİNDEKİLER /CONTENTS

Araştırma Makaleleri-Research Articles

Serkan AYCİL.....	333
Posta Pullarının İşlevsel Yönü ve Menkul Kıymet Olarak Değerlendirilmesi <i>Functional Aspect of Postal Stamps and Evaluation as Securities</i>	
Serkan ÜNAL.....	359
Makro Ekonomik Faktörler ile Borsa İstanbul Hisse Senedi Endekslerinin Getirileri Arasındaki İlişki <i>The Relationship Between Macro Economic Factors and Returns of Stock Market Indices in Borsa İstanbul</i>	
Yasemin HARMANCI, Sermed DOĞAN, Özgür DEMİRTAŞ.....	377
Dile Getirme Davranışı Aracı Rolde İken Dönüşümcü Liderliğin Örgütsel Aidiyet Algısı Üzerindeki Etkisi: Lider Üye Etkileşiminin Düzenleyici Rolü <i>The Effect of Transformational Leadership on Organizational Identification Perception When Voice Behaviour Is in Mediating Role: Moderating Role of Leader-Member Exchanges</i>	
Tuğba Gül BAYNAL DOĞAN, Özgür DEMİRTAŞ, Seyfettin Kaan ALTINKAYNAK, Sermed DOĞAN.....	391
Lidere Güven Aracı Rolde İken Etik Liderliğin İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisi: Öz-Yeterliliğin Düzenleyici Rolü <i>The Effect of Ethical Leadership on Work Engagement When Trust in Leader Is in Mediating Role: Moderating Role of Self-Efficacy</i>	



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:24.03.2021 ✓Accepted/Kabul:07.06.2021

DOI:10.30794/pausbed.902465

Araştırma Makalesi/ Research Article

Yıkıcı, A. ve Salman, T. (2021). "Farklı Yerel Yönetim Modelleri Işığında Azerbaycan'daki Belediyeler ve Merkez-Yerel İlişkisi", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 1-17.

FARKLI YEREL YÖNETİM MODELLERİ IŞIĞINDA AZERBAIJAN'DAKİ BELEDİYELER VE MERKEZ-YEREL İLİŞKİSİ

Abdulgazi YIKICI*, Tuğba SALMAN**

Öz

Yerel yönetim birimlerinin şekillenmesinde, buldukları ülkelerin tarihî, sosyal, ekonomik ve kültürel özellikleri gibi birden çok parametrenin etkili olması yerel yönetim sistemlerinin farklılaşmasına yol açmaktadır. Bu kapsamda Avrupa'da yer alan ülkelerin yerel yönetim sistemlerini açıklamak için Anglo-Sakson, Kuzey ve Orta Avrupa ve Fransız modelleri ortaya konulmuştur. Ancak bu modeller kıtanın doğusundaki ülkelerin yerel yönetim sistemlerini açıklamakta yetersiz kalmıştır. Söz konusu eksikliği gidermek adına Swianiewicz (2014) tarafından 19 Doğu Avrupa ülkesinin yerel yönetim sisteminin incelendiği bir araştırma yapılmıştır. Ancak bu araştırmada Azerbaycan, kapsamlı ve tatmin edici bir şekilde ele alınmamıştır. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı, Doğu Avrupa ülkelerinden biri olan Azerbaycan'ın yerel yönetim yapısının ve merkez-yerel ilişkilerinin yerel yönetim sistemi bağlamında hangi model(ler)le uyumlu olduğunun değerlendirilmesidir. Yapılan incelemede Azerbaycan'daki yerel yönetim sisteminin genel olarak Doğu Avrupa modelinin özelliklerini taşıdığına ulaşılmıştır. Buna ilave olarak mevcut yerel yönetim yapısının anayasal güvenceye sahip olması açısından Kuzey ve Orta Avrupa modeliyle; yerel birimlerin yetki ve görevlerini kullanırken mevzuatın yanı sıra hükümet tasarrufları ile de sınırlanmaları bağlamında ise Fransız modeliyle benzeştiği tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Yerel Yönetimler, Merkez-Yerel İlişkileri, Yerel Yönetim Modelleri, Doğu Avrupa Modeli, Azerbaycan.

MUNICIPALITIES AND CENTER-LOCAL RELATIONSHIP IN AZERBAIJAN IN THE LIGHT OF DIFFERENT LOCAL GOVERNMENT MODELS

Abstract

In the shaping of local governance units, the influence of multiple parameters, such as the historical, social, economic and cultural characteristics of their countries, leads to the differentiation of local governance systems. In this context, Anglo-Saxon, Northern and Central European, and French models have been put forward to explain the local government systems of European countries. However, these models were insufficient to explain the local government systems of the eastern countries. In order to eliminate this deficiency, a study was conducted by Swianiewicz (2014) in which the local government systems of 19 Eastern European countries were examined. However, Azerbaijan has not been comprehensively and satisfactorily addressed in the study. From this point of view, the aim of this study is to evaluate which model(s) the local government structure and center-local relations of Azerbaijan, one of the Eastern European countries, are compatible with in the context of the local government system. In the review, it has been reached that the local government system in Azerbaijan generally has the characteristics of the Eastern European model. In addition, with the Northern and Central European model in terms of the existing local government structure to have constitutional guarantee; it has been determined

*Arş. Gör., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, TRABZON.
e-posta: abdulgaziyyikici@ktu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0003-1230-1612>)

** Arş. Gör., Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, ERZURUM.
e-posta: tugba.salman@atauni.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-8254-1876>)

that the local units are similar to the French model in terms of being limited by government acts as well as legislation while using their powers and duties.

Keywords: *Local Governments, Center-Local Relations, Local Government Models, Eastern Europe Model, Azerbaijan.*

1. GİRİŞ

Günümüzde çok küçük devletler (San Marino, Andorra, Vatikan gibi) hariç tutulmak kaydıyla, mevcut ülkelerde kamu hizmetlerinin sunumunun tek merkezden yürütülmesinin sorunlara yol açması (Ulusoy ve Akdemir, 2019: 23), yerel yönetim birimlerinin varlığını zorunlu kılmıştır. Yerel yönetimler, halka en yakın hizmet birimleri olarak yerel nitelikteki ihtiyaçları karşılamak amacıyla ortaya çıkmıştır. Devletin unsuru olarak birtakım hizmetlerin bu birimlerce sunulması, süreç içerisinde gelenek hâlini almıştır. Yerel yönetim birimleri, günlük yaşamın olağan akışında seyretmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Halkın ihtiyaç ve taleplerine yanıt olarak yerel politikaların oluşturulması ve hayata geçirilmesinde aktif rol oynayan yerel yönetimler, demokrasinin yerel ölçekteki varlığının temel dayanak noktası olarak kabul edilmektedir (Çolak ve Küçükıymaz, 2019: 684). Sosyal ihtiyaçları karşılamaya yönelik birçok karar alan ve uygulayan bu birimler, ülkelerin siyasal, ekonomik ve hukuksal yapıları içerisinde önemli bir yere sahiptir.

Küresel ölçekte yerel yönetim birimleri; kurumsal yapı, büyüklük ve sorumluluk açısından çeşitlilik göstermektedir. Yerel yönetim sistemlerinin ülke bazında ele alındığı çalışmalar incelendiğinde, söz konusu sistemler içerisinde faaliyette bulunan birimlerin belirli modeller çerçevesinde bir gruplandırılmaya tabi tutulduğu anlaşılmaktadır. Bu gruplandırma sonucunda Anglo-Sakson Modeli, Kuzey ve Orta Avrupa Modeli, Fransız Modeli ve Doğu Avrupa Modeli şeklinde dördü bir ayrıma gidildiği ve bu bağlamda araştırmaya konu olan ülkelerin yerel yönetim birimlerinin belirli kıstaslar dâhilinde incelendiği görülmektedir. Bu modellerin her birinde yerel yönetim sistemlerinin değerlendirilmesinde kullanılan kıstaslar; bazı farklılıklar taşımakla birlikte, genel olarak idari ve mali özerklik, yasal dayanak, alansal kademelenme ve hizmet kapsamı üzerine inşa edilmiştir.

Gruplandırma sonucu ortaya çıkan modellerden biri olan Doğu Avrupa Modeli, diğerlerine nazaran literatürde daha az yer almaktadır. Sahip olduğu tarihsel arka plan ve yakın zamanda uygulamaya konulan adem-i merkezîyetçi bir yapı tesis etmeye yönelik reformlardan dolayı bu bölgede bulunan ülkelerin bir grup olarak düşünülmesi, söz konusu ülkelere yönelik kapsamlı araştırmaların yürütülmesine engel olmaktadır. Dolayısıyla model üzerine yapılan mevcut çalışmaların büyük bir bölümü bu coğrafyadaki ülkeleri kapsamlı bir şekilde ele almaktan oldukça uzak bir görünüm sergilemektedir. Swianiewicz'in (2014) Doğu Avrupa Modelini açıklamak için yaptığı araştırma, ifade edilen duruma bir istisna oluşturmaktadır. Ancak söz konusu araştırmada Azerbaycan kapsamlı ve tatmin edici bir şekilde ele alınmamıştır. Bu eserde, 1991 yılında bağımsızlığını kazanan Azerbaycan'ın yerel yönetim yapısının ve merkez-yerel ilişkilerinin, yerel yönetim sistemi bağlamında hangi model(ler)le uyumlu olduğunun değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Buradan hareketle çalışmada ilk olarak yerel yönetim modelleri ayrıntılı bir şekilde ele alınmış, sonraki bölümde Azerbaycan'daki yerel yönetim sistemi ve merkez-yerel ilişkisi incelenerek bu çerçevede genel bir değerlendirme yapıp çalışma sonlandırılmıştır.

2. MERKEZ-YEREL İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA YEREL YÖNETİM MODELLERİ

Merkez-yerel ilişkileri; tarihsel süreç içinde sosyal, siyasal ve ekonomik yapıların birbirleriyle etkileşimi sonucu şekillenmiş olup, aynı zamanda bu yapıların oluşumunda doğrudan ya da dolaylı olarak rol oynamaktadır. Devletlerin ortaya çıkmasında etkili olan söz konusu yapıların temel dinamiklerindeki farklılık, idari teşkilatlanmanın ülkeden ülkeye farklılık göstermesinde önemli bir rol oynamıştır (Parlak, 2014: 8).

Ülkelerin sahip olduğu idari yapı, yerel yönetimlerin gelişiminde etkili olan unsurlardan birisidir. Üniter veya federal yönetim sistemlerine hatta aynı yönetim sistemine sahip ülkelerdeki yerel yönetim sistemleri birbirinden farklılık arz edebilmektedir (Ulusoy ve Akdemir, 2019: 131). Bu farklılığın oluşmasında devletlerin sahip olduğu tarihsel miras, kültürel yapı ve bu yapının sosyal hayata izdüşümü olan gelenekler de en az yönetim sistemi kadar etkilidir. Bu sebepten ötürü, yerel yönetim sistemlerini belli başlı parametreler ışığında açıklamaya çalışan birçok uluslararası model ortaya çıkmıştır (Kübler ve Michel, 2006: 222). Bu modeller, merkez-yerel arasındaki

etkileşimi dikey güç ilişkileri boyutunda ele alarak, yerel yönetimlerin siyasal, idari ve mali açıdan merkezî yönetim karşısındaki durumlarını açıklamaktadır (Heinelt ve Hlepas, 2006: 21).

Yaklaşık dört yüz yılı bulan siyasal ve sosyal çalkantılar¹, merkezî yönetim ile yerel yönetim arasındaki ilişkinin şekillenmesinde belirleyici olmuştur. Başka bir ifade ile yerel yönetim modellerinin genel yapısını biçimlendirmiştir (Parlak, 2014: 20). Literatürde yerel yönetim modelleri farklı yazarlar tarafından çeşitli şekillerde sınıflandırılmıştır. Bunlar:

Page ve Goldsmith'in (1987) merkez-yerel yönetim ilişkileri üzerine yaptıkları araştırmada yerel yönetim modellerini; Güney ve Kuzey Avrupa modeli olarak ikili bir ayrıma tabi tutup, merkez ve yerel ilişkilerini, görevlerin tahsisi, takdir yetkisi, hizmetlere erişim olmak üzere üç boyutta incelemiştir. Buradan hareketle Kuzey ve Güney Avrupa yerel yönetim modelleri arasında bir ayrıma gidilebilir. Güney Avrupa (İspanya, Fransa, Yunanistan, Portekiz, İtalya) yerel yönetim modelleri işlev ve yetkinliğin sınırlı, yasal takdir yetkisinin düşük, yerel politikacıların merkezi yönetime erişiminin ise yüksek olduğu bir yapıdadır. Bu modellerde yerel politikacılar merkezi düzeyde güçlü bir konumda bulunsalar da, sosyo-ekonomik olarak zayıf yerleşim yerlerini temsil ederler. Kuzey Avrupa (Danimarka, İsveç, Norveç, İngiltere, İrlanda, Hollanda, Almanya) yerel yönetim modelleri ise işlev açısından güçlü, yasal takdir yetkisinin yüksek, yerel politikacıların merkezi yönetime erişimi bağlamında düşük bir görünüme sergilemektedir. Bu model içerisindeki ülkelerde (İrlanda hariç) yerel ve bölgesel yönetimler ile düzeyde bir özerkliğe sahiptir. Kuzey ve Güney arasındaki bu farklılıklar tarihsel arka plana dayandırılmaktadır. Avrupa'nın güneyinde "Napolyon" devlet modelinin tüm ulus-devletler boyunca genişlemesi ve bu coğrafyalarda tek bir idare yaratması Kuzey-Güney ayrımının temelini oluşturmaktadır (Heinelt ve Hlepas, 2006: 23).

Hesse ve Sharpe (1991) ise yerel yönetim modellerini Anglo-Sakson, Orta ve Kuzey Avrupa ve Güney Avrupa'nın Napolyon geleneği modeli (literatürde bilinen adıyla Fransız modeli) olmak üzere üçlü bir ayrıma tabi tutmuşlardır. Söz konusu ayırım, yerel yönetimlerin işlevleri, siyasal konumları ve oynadıkları roller üzerinden yapılmıştır. Franco grubunda yer alan ülkelerdeki modelde anayasal statüye sahip yerel yönetimler merkezi yönetimin direktifleriyle hareket etmektedirler. Anglo-Sakson grubundaki ülkelerde yasal ve siyasal statüsü zayıf olan yerel yönetim birimleri, kamu hizmetlerinin planlama ve sunulmasında aktif rol oynamaktadırlar. Kuzey ve Orta Avrupa grubundaki ülkelerde ise kamusal hizmetlerin oluşturulmasında ve sunulmasında rol alan ve anayasal statüye sahip yerel yönetimler, mali ve siyasal yapılarıyla en özerk birimlerdir.

Ülkelerin hukuk modellerinde ve yönetim yapılarında zaman için önemli değişiklikler meydana gelmişse de, ifade edilen modellere literatürde sıklıkla başvurulmaktadır. Bu modeller daha sonra Loughlin (2003) tarafından, Güney Avrupa'nın Fransız modeli, Anglo-Sakson modeli, Orta Avrupa'nın Germen modeli ve İskandinav modeli olmak üzere dördü bir şekilde kategorize edilmiştir. Fransız modelinin uygulandığı ülkelerde (Fransa, İtalya, 1978'den önceki İspanya, Portekiz, Quebec Eyaleti, Yunanistan, 1988'den önceki Belçika) yerel yönetim yasal güvenceye sahiptir. Radikal, bir, bölünmez ve birleşmiş devlet/sınırlı federalist siyasal örgütlenme şekline sahip ülkelerde (Amerika Birleşik Devletleri, Kanada (Quebec eyaleti hariç), Birleşik Krallık ve İrlanda) uygulanan Anglo-Sakson modelinde yerel yönetimler herhangi bir yasal güvenceye sahip değildir. Organik federalist bir siyasal örgütlenme şekline sahip Germen modelinde (Almanya, Avusturya, Hollanda, 1978'den sonraki İspanya, Lüksemburg, 1988'den sonraki Belçika) yerel yönetimlerin yasal dayanağı bulunmaktadır. Adem-i merkezi ve üniter bir siyasal örgütlenme şeklinin hakim olduğu İskandinav modelinde (İsveç, Norveç, Danimarka, Finlandiya) yerel yönetimler sadece yasal güvenceye değil, aynı zamanda güçlü bir yerel özerkliğe de sahiptirler.

Bu ayırım, "Avrupa'da Yerel ve Bölgesel Demokrasinin Oxford El Kitabı" (*Oxford Handbook of Local and Regional Democracy in Europe*) (Loughlin vd., 2010) adlı eserde tekrarlanmış, geliştirilmiş ve bazı Doğu Avrupa ülkelerini de kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Bu çerçevede yerel yönetimlerin anayasal statüsü, devlet-toplum ilişkileri, politika yapım ve adem-i merkeziyetçilik şekli temel kriterler olarak alınmıştır. Bu çalışmadan kısa bir süre sonra Pawel Swianiewicz (2014) Doğu Avrupa ülkelerini beşli bir ayrıma tabi tutarak analiz etmiştir.

¹ Tarihsel gelişim seyri içerisinde yerel yönetimler, askeri örgütlenme, ulusal güvenlik ve suçluların cezalandırılması gibi günümüzde genel olarak devlete, bir başka deyişle merkezi yönetime bırakılmış olan görevleri yerine getirmişlerdir. Merkezi yönetimlerin güçlenmesiyle, yerel yönetimlerin hizmet alanlarında bir daralma meydana gelmiştir. Kendine bağlı alanların genişlemesiyle birlikte merkezi yönetimler, bu alanların denetimi gerçekleştirmek noktasında yerel yardımcılarına (feodal beyler, senyörler) gereksinim duymuşlardır. Yerel topluluğu oluşturan insanlar ise merkezi yönetimden ve bunun yereldeki uzantılarından birtakım ayrıcalıklar koparabilmek için sürekli uğraş vermişlerdir. Merkez-yerel ilişkilerinin tarihsel gelişimi için bakınız (Keleş, 2016: 37-45; Görmez ve Bahçeci, 2018: 33-42).

Ülkelerin sahip olduğu yerel yönetim sistemleri, farklı koşullar altında şekillenmektedir. Bu durum çeşitli yerel yönetim modellerinin ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Çok sayıda yerel yönetim modeli bulunmakla birlikte bu çalışmada Anglo-Sakson, Kuzey ve Orta Avrupa, Fransız ve Doğu Avrupa modelleri hakkında temel bilgilere yer verilmiştir.

2.1. Anglo-Sakson Modeli

Bu modelde merkez ile yerel arasındaki ilişkisinin niteliği yataydır. Varlık kazanmaları veya kaybetmeleri parlamentonun çıkardığı kanuna bağlı olan yerel yönetimler, bu modelde anayasal güvenceye sahip olmamakla birlikte, üzerlerinde de ağır bir denetim yoktur. Denetimin niteliği belli durumlar hariç genellikle yasallık denetimi ile sınırlıdır. Yerel yönetimler üzerinde vesayet kontrolünü sağlamaya yönelik herhangi bir mekanizma gelişmediği için, bu birimler faaliyetlerini özerk bir ortamda sürdürmektedirler. Yerel yönetimlerin merkezî yönetimden ayrı bir tüzel kişiliğe sahip olması, söz konusu birimlerin merkezin taşra kuruluşları ile iç içe geçmesine engel olmuştur (Keleş, 1994: 61-63). Bu model İngiltere, İrlanda, Kanada (Quebec hariç)², Avusturalya, Yeni Zelanda ve belli ölçüde Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde kendine uygulama alanı bulmaktadır (Hesse ve Sharp, 1991: 603).

Modelin en yoğun şekilde uygulandığı İngiltere'de köklü bir geçmişe sahip olan yerel yönetimlerin çerçevesi kanun ile çizilmiştir. Örgütlenme yapısı ve politikalarının belirlenmesi için Topluluklar ve Yerel Yönetimler Bakanlığı (*Ministry of Communities and Local Governments*)'nin bulunması, idari ve mali özerkliğin korunması ve denetimin yasallıkla sınırlandırılması bu köklü geçmişin bir yansımasıdır (Karasu, 2013: 215). Tarihsel ve sosyal nedenlerden dolayı yerel yönetim birimleri, yerel halkı ilgilendiren çevre düzenlemesi, eğitim, sağlık, kültür, iskân ve güvenlik gibi birçok alanda hizmet sunmaktadır (Parlak, 2014: 31-34). Sunduğu bu hizmetlerin etkinliğini ve verimliliğini ölçerek sürekli iyileştirmeye gitmekte ve sonuçlarını yerel örgütlerin yapısına ve işleyişine yansıtmaktadır (İnaç ve Ünal, 2006: 137). Sonuç olarak İngiltere'deki yerel yönetim modeli yasal ve siyasi açıdan zayıf bir görünüm sergilemektedir. Söz konusu durum üzerinde söz konusu modelin anayasal statüden mahrum olması önemli bir rol oynamaktadır. Buna rağmen yerel yönetimler, kamusal hizmetlerin sunumu konusunda daha bağımsız ve özerk bir yapıya sahiptir (Yemen, 2017: 179).

2.2. Kuzey ve Orta Avrupa Modeli

Bu modelde merkez ile yerel arasındaki ilişki, yerel birimlerin kamu hizmetini yerine getirmesi açısından Anglo-Sakson modeli andırmakta, yerel katılıma verilen önem noktasında ise bu modelden ayrılmaktadır. Bu sebepten ötürü Hesse ve Sharp (1991: 610), Kuzey ve Orta Avrupa modelini, üç model arasında en çok yerleşmiş ve özerk olan model olarak nitelendirmektedir. Bu model içinde değerlendirilen ülkelerde yerel yönetimler anayasal bir statüye sahiptir. Ayrıca bu kategorideki devletler yerel yönetimlere önemli derecede özerklik vermiş olup mali açıdan da söz konusu birimlerin bağımsızlığını temin edecek gelir kalemleri sağlamıştır (Mengi, 1998: 95). Bu modeli uygulayan devletlerin yönetim modellerinde farklı yönetim basamakları arasındaki ilişkileri düzenleyen katı idari kuralları vardır (Keleş, 1994: 63). Söz konusu ülkelerde adem-i merkeziyetçi bir yapı hâkim olup, bu grupta yer alan Norveç, Danimarka, Avusturya, Almanya, İsviçre, Finlandiya ve Hollanda'da bulunan yerel yönetimler, yetki ikamesi (*subsidiarity*) ilkesinin işleyişini yansıtmaktadır (Kübler ve Michel, 2006: 222). Bu grupta yer alan ülkeler diğer grupta bulunan ülkelere nazaran, yerel yönetim geleneğine ve bu geleneğin gereklerini yerine getirmeye daha bağlıdır (Keleş, 1994: 63).

Modelin uygulandığı ülkelerden biri olan Almanya'da anayasal statüye sahip güçlü bir yerel yönetim yapısı mevcuttur. Yerellik temel ilke olup, kanunlarla belirlenmiş alanlar dışında sosyal yaşamla bağlantılı olan tüm işler yerel yönetimler tarafından yerine getirilmektedir (Haschke, 2013). Almanya'da yerel yönetimlerin; devletin en küçük yönetim birimi olma, halkı yerel karar alma süreçlerine dâhil eden bir yapıda bulunma ve toplumu ilgilendiren her alanda (eğitim, sağlık, sosyal hizmet, altyapı vb.) faaliyet gösterme şeklinde üç işlevi mevcuttur (Güneş, 2009: 162-163). Alman yerel yönetim modelinde, yerel karar alma yöntemlerinde katılımcı uygulamalara büyük bir önem atfedilmektedir. Bu bağlamda 1999 yılında, mahalle-temelli bir program olan, "Sosyal Şehir Programı" (*Soziales Stadtprogramm*) oluşturulmuş ve program dâhilinde Berlin'de mahalle meclislerinden oluşan

² Kanada'nın Quebec eyaletinde "Sivil Hukuk", diğer eyalet ve bölgelerinde ise "İngiliz Hukuk Sistemi" uygulanmaktadır (<https://www.justice.gc.ca/eng/csj-sjc/just/img/courten.pdf>). Ayrıca söz konusu eyalette ilçe konseyleri adı verilen ve en adem-i merkeziyetçi uygulamalardan kabul edilen bir sistem faaliyet göstermektedir (https://www.researchgate.net/publication/301649199_Local_Government_in_a_Global_World_Australia_and_Canada_in_Comparative_Perspective).

bir yerel katılım modeli hayata geçirilmiştir (Uysal, 2016: 27). Sonuç olarak anayasal statüye sahip Alman yerel yönetimleri, kamu hizmetlerinin oluşturulması ve sunulmasında önemli bir rol oynamaktadır (Yemen, 2017: 174).

2.3. Fransız Modeli

Page ve Goldsmith'in yapmış olduğu sınıflandırmada Güney Avrupa modeline karşılık gelen bu modelde (Heinelt ve Hlepas, 2006: 26), yerel yönetimlerin varlığı anayasa tarafından güvence altına alınmıştır. Yine de yerel yönetimler, anayasal statüye sahip olmalarına rağmen, idari ve mali açıdan merkezî yönetimin desteğine gereksinim duymaktadır (Mengi, 1998: 92). Merkezî idare, hem yerindelik hem de yasallık denetimi ile yerel yönetim birimlerini denetlemektedir. Yerel yönetimler, hukuki düzenlemeler çerçevesinde ve merkezden gelen talimatlar doğrultusunda faaliyetlerini sürdürmektedir. Yerel hizmetlerin yerine getirilmesi için yerel yönetimlere genel bir yetki verilmiştir. Böylece yerel yönetimler kanunla yasaklanmamış ya da başka bir kuruma verilmemiş her konuda karar alma ve uygulama yetkisine sahip kılınmıştır. Bazı düşünürlere göre bu modelde yerel yönetimlerin varlık nedeni işlevsellikten ziyade siyasaldır (Keleş, 1994: 63).

Anayasalar, yerel yönetimlerin hepsine eşit bir statü tanımış olup merkezî yönetimin bir uzantısı niteliğine sahip taşra teşkilatında yer alan vali aracılığıyla yerel yönetimleri gözetim altında tutmaktadır (Hesse ve Sharp, 1991: 613). İlk çıktığı zamanlarda Fransa'da kendisine uygulama alanı bulan model, günümüzde başta İtalya olmak üzere Belçika, İspanya, Portekiz, Lüksemburg ve Yunanistan'da geçerlidir. Fakat son zamanlarda Fransız yerel yönetim modelini uygulayan ülkelerin sayısında önemli bir azalma meydana gelmiştir. Birçok ülkede merkez-yerel arasındaki yetki ve görev paylaşımında yerelin ağırlık kazanmasına yönelik uygulamaya konulan politikalar, söz konusu durumun ortaya çıkmasında etkili olmuştur (Koyuncu, 2000: 102).

Birçok araştırmacıya göre Napoleon Bonaparte tarafından 1799-1815 yılları arasında yapılan reformlar³, Fransa'daki yerel yönetim modelinin temelini oluşturmuştur. 19. yüzyılda teşkilatlandırılan belediyeler günümüze kadar değişmeden gelmiştir (Uluç vd., 2001: 172). Fransız yerel yönetim modelinin belirgin özellikleri; anayasal bir statüye, kendilerine özgü bir bütçeye ve devlet tüzel kişiliğinden ayrı bir tüzel kişiliğe sahip olmaları, yerel yönetim birimlerindeki seçilmiş ya da atanmış kişilerin aynı zamanda Fransız Senatosu'nda veya Parlamentosu'nda milletvekili olarak görev yapabilmeleri şeklinde ifade edilebilir. Merkezî yönetim, yerel yönetimleri gözetim altında tutmak için valilere spesifik bir denetim yetkisi vermekte olup vesayet denetimi yerine "*a posteriori denetim*" (sonradan gerçekleşen denetim), yargı denetimi ve hukuka uygunluk denetimi olmak üzere üç farklı denetim mekanizması öngörmektedir (Turan, 2013: 266-272). Yapılan reformlar, mevcut yerel yönetim sistemini ve merkez-yerel ilişkisini büyük ölçüde değiştirmiş ve Fransa'yı, kendi dinamikleri sonucu ortaya çıkan Fransız Modelinden farklı bir yapıya büründürmüştür.

2.4. Doğu Avrupa Modeli

Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB)'nin dağılmasının ardından Doğu Avrupa ülkelerinde ekonomik, siyasal ve sosyal alanlarda önemli değişimler yaşanmaya başlamıştır. Bu değişimler içerisinde farklı bir hukuk sistemi, modern idari ve ekonomik yapının kurulumu ve nüfusun yeni koşullara uyumu öncelik arz etmiştir (Czyż, 2011: 65-66). Doğu Avrupa ülkelerinde yapılan anayasalara bakıldığında yerel yönetimlerin temel organlarının oluşumu ve yetkilerinin çerçevesi ile ilgili hükümlere rastlanılmaktadır. Burada ya belirli bir yerel yönetim kademesine ayrıcalık tanındığı ya da kademeler arasında bir ayrıma gidilmediği görülmektedir (Czyż, 2011: 71). Bu bağlamda, son otuz yılda devlet yapılarını demokratikleştirmeye, piyasa odaklı bir ekonomiye geçmeye ve yerel yönetim birimlerini Batı'yı referans alarak oluşturmaya çalışan Doğu Avrupa ülkeleri, dördüncü bir grup olarak ele alınabilir (Zsamboki ve Bell, 1997: 179).

Modern çağın gereklerini karşılamak amacıyla yeniden yapılanmaya yönelik reformların başlatıldığı bu ülkelerde yönetsel ve ekonomik yapıların üst üste bindirilmiş bir halde bulunması, modelin ayırt edici unsurlarının başında gelmektedir. Devlet sisteminin teminatı ise yasama ve yürütmenin birlikteliğidir. Lenin tarafından

³ Belirli şartları sağlamış vatandaşlarca seçilen organlara dayanan yerel yönetim yapısı değiştirilmiş ve atanmış üyelerle işleyen bir duruma getirilmiştir (Keleş, 2016: 41-42). Belediyeler, ülke düzeyinde yaygınlaştırılmış ve büyüklüklerine bakılmaksızın hepsi için aynı örgüt yapısı öngörülmüştür (Karasu, 2018: 183). Ayrıca, valilerin ve belediye başkanlarının sivil vatandaşlar arasından seçilmesine ve gelişmiş bir idari gözetim sisteminin kurulmasına yönelik düzenlemeler yapılmıştır. Reformlar hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız (https://pa01000599.schoolwires.net/cms/lib/PA01000599/Centricity/Domain/81/13R-The_Napoleonic_Era.pdf, https://www.researchgate.net/publication/249473027_Napoleon_Bonaparte_Political_Prodigy)

kurulan, daha sonra Stalin tarafından geliştirilen bu model, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Doğu Avrupa ülkelerine zorla empoze edilmiştir. Her kademedeki yönetim biriminin kararının bir üst basamaktaki birimin onayına bağlı olması, bu model içerisinde yerel özerklikten bahsedilmesinin önündeki en büyük engellerden biridir. Dolayısıyla, “demokratik özekçilik” olarak nitelendirilen bu yapıda, Batılı anlamda seçilmiş, temsili ve yerel hizmet sunumunda sorumlu özerk yerel yönetim birimleri bulunmamaktadır. Bu ülkeler, bağımsızlıklarını kazanmalarının ardından sadece hızlı bir demokratikleşme çabasına girişmemiş, aynı zamanda Batılı anlamda ve modern çağın gereklerine uygun yerel yönetim yapıları da oluşturmaya çalışmaktadırlar. Söz konusu ülkeler bu süreçte çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadırlar. Bunlar: Özerk yerel yönetim kavramını canlandırmak, yerel yönetim birimlerinin yerel düzeyde özerk olarak hareket edilebilmesi noktasında gerekli teknik uzmanlaşmayı sağlamak, meşru bir zeminde yönetim faaliyetlerini sürdürmek için siyasal güçlerin ve halkın desteğini almak şeklinde sıralanabilir (Keleş, 1994: 63). 1990’ların başında Doğu Avrupa ülkelerindeki yerel yönetim reformlarını, büyük ölçüde ülkelerin Sovyet egemenliğine girmeden önceki bağımsız dönemlerine duydukları derin özlem ve Avrupa Birliği’ne girme yönündeki istek şekillendirmiştir.

Swianiewicz (2014), yerel yönetim modelleri bağlamında 19 Doğu Avrupa ülkesini “alansal kademelenme, fonksiyonel yerelleşme, yerel yönetimlerin mali takdir yetkisi ve yatay güç ilişkileri (belediye başkanının belediye teşkilatındaki konumu)” parametreleri doğrultusunda kapsamlı bir şekilde incelemiştir. Swianiewicz, bu inceleme sonucunda ülkeleri beşli bir gruplandırmaya tabi tutmuştur:

Grup 1 (Macaristan, Polonya, Slovakya): Yerelleşme şampiyonu olarak ifade edilen Grup 1 ülkelerinin yerel yönetim sistemi yüksek düzeyde mali özerklikle karakterize edilmektedir. Yerel yönetimler, öz gelirlerini oluşturma ve bu gelirler üzerinde tasarrufta bulunma hakkında sahiptir. Buna ilave olarak borçlanma politikalarında da önemli ölçüde bir hareket serbestisi bulunmaktadır. Yerel yönetim birimlerinin mali anlamda özerk bir görünüm sergilemesi, aynı zamanda bu birimlerin geniş bir hizmet yelpazesine de sahip olduklarına işaret etmektedir. Bu gruptaki yerel yönetim birimlerinin sahip olduğu idari ve mali özerkliğin boyutu, Kuzey ve Orta Avrupa ülkelerine benzemektedir.

Grup 2 (Çek Cumhuriyeti, Estonya, Letonya): “Nispi yerelleşmiş” bir görünüm sergileyen Grup 2 ülkelerinin yerel yönetim birimleri, yerine getirdikleri hizmetlerin kapsamı noktasında Grup 1 ülkelerine benzemektedir. Bununla birlikte, Grup 2 ülkelerinin yerel yönetim birimleri, bütçe içerisinde öz gelirlerin oranının düşük olması ve yerel vergi oranlarının belirlenmesinde sınırlı bir takdir yetkisinin bulunması noktasında Grup 1 ülkelerinden ayrılmaktadır. Yüksek düzeyde alansal kademelenme ve kolektif liderliğin yerel konsey tarafından atanan bir kurula dayanması, bu grup ülkelerinin ortak özelliğini oluşturmaktadır. Ayrıca Grup 1 ülkelerinde olduğu gibi bu gruptaki ülkelerin yerel yönetim birimleri de yapı olarak Kuzey ve Orta Avrupa ülkelerindeki yerel yönetim modelinin özelliklerini genel olarak taşımaktadır.

Grup 3 (Arnavutluk, Bulgaristan, Hırvatistan, Makedonya, Moldova, Romanya, Slovenya, Ukrayna): Bu ülkelerin her birinde, yerelleşmeye dönük reform girişimleri farklı dönemlerde ortaya çıkmıştır. Grup 3 ülkelerindeki yerel yönetim birimleri mali özerklik kapsamı, yetki ve görev sahası genişliği bağlamında ilk iki gruba nazaran daha dar bir yapıya sahiptir. Yerel yönetimlerin kademelenmesinde orta düzeyli bir alansal kademelenmenin etkili olması, belediye başkanlarının doğrudan seçim usulüyle belirlenmesi ve güçlü kişisel liderlik modeli bu gruptaki ülkelerin ortak özelliğini teşkil etmektedir.

Grup 4 (Gürcistan, Litvanya, Sırbistan): Yerel yönetimlerin oldukça yüksek bir seviyede alansal bir kademelenmeye sahip olması, bu ülkeler arasındaki temel benzerlik noktasıdır. Diğer benzerlik arz eden noktalar ise nispi bir yerel seçim sisteminin bulunması ve liderliğin kolektif bir yapıda olmasıdır.

Grup 5 (Ermenistan, Azerbaycan): Bu iki ülkenin siyasal ve kültürel açıdan farklılıklar taşıması, yerel yönetim sistemlerinin çeşitli ortak özellikleri paylaşmasına engel olmamaktadır. Söz konusu ortak özellikler; yerel yönetim birimlerinin alansal kademelenmesi ve güçlü işlevsel ve mali merkezleşme şeklinde ifade edilebilir. Yerel yönetim birimlerinin üstlendiği fonksiyonlar ve yerel takdir yetkilerinin düzeyi göz önünde bulundurularak, bu gruptaki ülkelerin yerel yönetim sistemlerinin diğer gruptakilere göre daha az özerk bir yapıya sahip olduğu söylenebilir.

3. AZERBAJCAN'DAKİ YEREL YÖNETİM SİSTEMİ VE MERKEZ-YEREL İLİŞKİSİ

Doğu Avrupa ülkelerinin bir kısmı doğrudan SSCB'nin egemenliği altında; diğer bir kısmı ise onun nüfuz dairesinde yer almıştır. SSCB'nin doğrudan hâkimiyeti altında bulunmuş ülkeler arasında yer alan Azerbaycan, 82.629 km²'si toprak alanı, 3.971 km²' si ise su alanı olmak üzere 86.600 km²'lik bir yüzölçümüne ve 10,123,400 nüfusa sahiptir (Mecek, 2018: 53; Uçar vd., 2021: 117).

Azerbaycan toprakları jeopolitik öneminden dolayı Çarlık Rusya'sının seferlerine maruz kalmıştır. Bu saldırılara uzun süre direnememiş ve işgal edilmiştir. Bölgedeki hâkimiyetini pekiştirmek isteyen Çarlık Rusya, feodal beylere devlet memuru statüsü vermiştir. Bolşeviklerin 1917 yılında yönetimi ele geçirmesiyle Azerbaycan toprakları üzerindeki Çarlık Rusya hâkimiyeti sona ermiştir. Ortaya çıkan siyasi ve sosyal kargaşa döneminde Azerbaycan halkı ülkenin kuzey bölgesinde Azerbaycan Halk Cumhuriyeti'ni kurmuştur. Kısa ömürlü (1918-1920) olsa da Azerbaycan Halk Cumhuriyeti, bölgede demokratik temeller çerçevesinde kurulan ilk devlet olma özelliğine sahiptir. Ayrıca bu iki yıl içerisinde belediyelerin gelir kaynaklarının arttırılarak mali yapılarının iyileştirilmesine yönelik düzenlemeler yapılmıştır. Azerbaycan 20 Eylül 1920'de Rusya Federatif Sosyalist Cumhuriyetine katılmış, 31 Aralık 1922'de de SSCB kurulmuştur. Bu tarihten 1991 yılına kadar SSCB'nin bir öznesi olarak varlığını sürdüren Azerbaycan Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti, siyasi bakımdan bağımsız olmasa da idari ve mali açıdan belirli bir özerkliğe sahip olmuştur (Rehimli vd., 2013: 113-117;).

Siyasi tarihte, otoriter rejimden demokrasiye geçilmesine yönelik birçok örnek mevcutken, totaliter resimlerden demokrasiye geçiş ilk kez 1991 yılında SSCB'nin dağılması sonucu ortaya çıkmıştır (Mecek, 2018: 55). Bu geçiş sürecinin yaşandığı ülkelerden biri olan Azerbaycan; darbe, ayaklanma ve savaşlarla dolu oldukça sıkıntılı bir dönem geçirmiştir. Azerbaycan, bağımsızlıktan önceki iki yüz yıllık dönemde Çarlık Rusya'sının, ardından da Sovyetler Birliği'nin hâkimiyeti altında kalmıştır. Bu durumun doğal bir sonucu olarak Azerbaycan, demokratik ve liberal geleneklere uzak kalmıştır (Özmen, 2021: 54).

Günümüzde bile Azerbaycan'ın idari yapısından ve kültüründen, söz konusu dönemin izleri henüz silinebilmiş değildir. Bu amaçla devlet, insan hakları temeline dayanan, demokratik değerlere bağlı, devleti ve milletiyle birlikte bölünemez, laik, sosyal bir hukuk devleti üzerine kurulmuştur. Azerbaycan topraklarında yaşayan ve vatandaşlık almış herkes Azeri olarak tanımlanmış, ayrıca bu kişiler anayasa ve kanunlar karşısında dil, din ve ırk gözetmeksizin eşit statüye sahip kılınmıştır (Parlak, 2018: 121).

3.1. Merkezî Yönetim

Azerbaycan, bağımsızlığını bilfiil ilan ettiği 30 Eylül 1991 yılından bu yana bir hukuk devleti kurmayı kendisine temel stratejik hedef olarak belirlemiştir. Bağımsızlık sonrasında yeni bir anayasa oluşturan Azerbaycan, devletin yapısını ve işleyişini çağın gereklerine uygun şekilde düzenleme çabasına girişmiştir. Nitekim 1995 Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasasının 7'inci maddesinde Azerbaycan'ın halk egemenliğine dayanan demokratik, laik, hukuki ve üniter bir cumhuriyet olduğu düzenlenmiştir. Merkezî idare teşkilatlanmasında büyük ölçüde Türkiye'yi, dolayısıyla da Fransa modelini (Kara Avrupası yönetim modelini) örnek alan Azerbaycan, yönetim sisteminde kuvvetler ayrılığı ilkesini benimsemiştir. Yasama, Milli Meclis (5 yıllığına seçilen 125 milletvekilinden oluşur); yürütme, cumhurbaşkanı, başbakan ve bakanlar kurulu; yargı fonksiyonu ise bağımsız ve tarafsız mahkemelerce yerine getirilmektedir (Avaner ve Hasanoğlu, 2017: 3; Uçar vd., 2021: 125). Azerbaycan'ın mevcut hükümet sisteminin, yarı başkanlık sistemi ya da başkanlık sistemi olduğu yönünde görüşler mevcuttur. Ancak söz edilen iki sistemin de asli unsurlarını taşımayan Azerbaycan hükümet sistemi, başkanlığa yakın, melez bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır (Mecek, 2018: 55).

Tarihsel süreçte yerel yönetim alanında neredeyse hiç tecrübesi bulunmayan Azerbaycan'da, bu durumun siyasal yaşama bir izdüşümü olarak yönetim yapısı ağırlıklı olarak merkezî yönetim üzerine inşa edilmiştir (Hüsyn vd., 2013: 164-165). Azerbaycan'da yürütmenin güçlü bir yapıya sahip olması bu yapılanmanın bir yansımasıdır. Bu çerçevede cumhurbaşkanının devletin başı olması ve yasama, yürütme ve yargı fonksiyonlarına ilişkin de birçok önemli yetkiyi bünyesinde barındırması doğaldır.⁴

⁴Cumhurbaşkanının görevleri için bakınız Parlak (2018: 125).

Başkanlık sistemine oldukça benzeyen bu sistemde yürütme erki cumhurbaşkanı başkanlığında toplanan başbakan ve bakanlar kurulu aracılığıyla yerine getirilmektedir (Parlak, 2018: 124-125).

Görev ve yetki açısından Cumhurbaşkanından sonra gelen başbakanın ataması, Milli Meclisin onayından sonra cumhurbaşkanı tarafından yapılmaktadır (TURKPA, 2012: 37). Konununun gereği olarak, bakanlar kurulu üzerinde hiyerarşik yetkiye sahiptir. Hükümetin icracı yönünü oluşturan Bakanlar Kurulu, anayasal bir kural olarak Başbakan gibi doğrudan Cumhurbaşkanı'na bağlı olarak faaliyet göstermektedir. Bakanlıkların sayısı ve birimleri dönemsel olarak değişme göstermekle birlikte, çalışma esasları Cumhurbaşkanı tarafından belirlenmektedir (Parlak, 2018: 127).

Azerbaycan merkezî yönetimi, kamu hizmetlerini ülkenin sosyal koşullarına ve ihtiyaçlarına, coğrafi durumuna uygun, etkin ve ekonomik bir şekilde yürütmek için taşrada da teşkilatlanmıştır. Taşra teşkilatı; rayon, sahar ve Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti olmak üzere üç kademeli bir yapıyla örgütlenmiştir (Parlak ve Caner, 2013: 377).

Azerbaycan, idari açıdan "rayon" adı verilen temel yönetim birimlerine ayrılmıştır. Sovyet yönetim geleneğinin bir uzantısı olarak hâlen yürürlükte olan rayonlar, taşra örgütlenmesinin en üst kademesini oluşturmaktadır (Elma, 2013: 66-67). Ülke genelinde 66 tane rayon bulunmakta ve bu idari birimler Türkiye'de il yönetimlerine karşılık gelmektedir. Rayon, yetki ve görevleri açısından Türkiye'deki il yönetiminin başında bulunan Vali'ye benzeyen ve Cumhurbaşkanınca atanan Rayon İcra Hâkimiyeti Başkanı (Başçısı) tarafından yönetilmektedir. Başkana çalışmalarında Rayon İcra Komitesi yardımcı olmaktadır. Bu komitenin üyeleri başkan ve merkezî yönetimin (bakanlıkların) eşgüdümüyle belirlenmektedir (Hasanoğlu, 2019: 128).

Diğer bir taşra örgütü olan ve hiyerarşik olarak rayonlardan sonra gelen sahar, Cumhurbaşkanınca atanan Sahar Başkanı (merkh) tarafından yönetilmektedir. Başkan, faaliyetlerini nüfusa göre belirlenmiş Sahar İcra Komitesi aracılığıyla yerine getirmektedir (Parlak ve Caner, 2013: 378). Söz konusu komitenin üyeleri yerleşim yerinin nüfusuna göre farklılık göstermekle birlikte, Sahar Başkanının önerisi üzerine hükümet tarafından atanmaktadır. Azerbaycan'da günümüzde 11 sahar yönetimi bulunmaktadır (Parlak, 2018: 130).

Taşra örgütlenmesinin bir diğer kademesini oluşturan Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti sahip olduğu parlamenter cumhuriyet yönetim yapısıyla Azerbaycan Cumhuriyeti'nde farklılık arz etmektedir. Nahçıvan, özerk bir cumhuriyet statüsüne sahip olmasına rağmen Azerbaycan Anayasasını ve kanunlarını, Cumhurbaşkanı'nın ferman ve kararlarını, Bakanlar Kurulu kararlarını koşulsuz bir şekilde uygulamak zorundadır. Merkezden gelen talimatlar, illerde yürütme yetkisini elinde bulunduran valiler tarafından yerine getirilir (Rehimli, 2009: 382). Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nde yerel yönetim yapısı bağlamında 8 rayon bulunmaktadır. Nahçıvan kenti dışında ise belediye yönetimi yer almamaktadır (Parlak ve Caner, 2013: 379). Belediyeler ise yerel yönetim kurumları olarak il, köy ve kasabalarda hizmet sunumunu gerçekleştirmektedir (Rehimli, 2009: 382).

3.2. Yerel Yönetimler

Bağımsızlık sonrası başlatılan demokratikleşme sürecinde ülkenin karşılaştığı ve acilen çözmesi gerektiği sorunlardan biri, modern anlamda yerel yönetim sisteminin kurulması olmuştur. Azerbaycan'ın Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı'nı birçok ülkeden daha az sayıda maddeye çekince koyarak kabul etmesi önemli bir gelişmedir. Bu adım özerklik kavramının Azerbaycan için önemli bir hâle geldiğine işaret etse de yerel yönetim sisteminin istenilen düzeyde gelişme sağlayamadığı ifade edilebilir (Uçar vd., 2021: 126). Azeri tarihine bakıldığında, kapsamlı bir yerel yönetim sistemiyle karşılaşmamaktadır. Ancak SSCB döneminde devlet idaresinin bir uzantısı olarak yerel Sovyetler ve yürütme komiteleri aracılığıyla uygulanan sınırlı bir yerel yönetim sistemi Azerbaycan'a miras kalmıştır (Mamedova vd., 2001: 375).

SSCB döneminde sosyalist ideolojinin bir gereği olarak rayonlarda işçi ve köylülerden seçilmiş temsilcilerinden oluşan ve "Halk Deputatları Sovyetleri" olarak isimlendirilen meclisler, yönetimin asli organlarını oluşturmaktaydı. Azerbaycan'ın bağımsızlığını ilan etmesinden kısa bir süre önce, Sovyet döneminin izlerini silmek ve yerel Sovyetlerin etkinliği kırıp varlıklarına son vermek adına 1 Haziran 1991'de yayınlanan kararname ile Halk Deputatları Sovyetlerinin varlığına son verilmeden icra hâkimiyetleri (valilikler) kurulmaya başlanmıştır (Hasanoğlu, 2019: 128). Azerbaycan cumhurbaşkanı tarafından yayınlanan 18 Ekim 1991 tarihli ve 372 sayılı Ferman ile il, ilçe ve

kasabalarda icra hâkimiyeti başkanları yetkili ve görevli kılınmıştır. Fermanla, aynı zamanda icra hâkimiyeti başkanı tayin edilen yerlerdeki Halk Deputatları Sovyetlerinin ve yürütme komitelerinin yetkilerinin lağvedilmesi öngörülmüştür. Bu sayede yerel Sovyetlerin yürütme yetkileri ellerinden alınmıştır. İlerleyen süreçte karar alma yetkileri de valiliklere devredilerek yerel Sovyetler tasfiye edilmiştir. Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasası'nın 124'üncü maddesine göre cumhurbaşkanı, icra hâkimiyeti başkanlarının yetkilerini belirleme, onları atama ve görevden alma yetkisine sahiptir. Bu birimler cumhurbaşkanına karşı sorumluluk taşımakta ve cumhurbaşkanlığı yönetimine rapor vermektedir (Hüsün vd., 2013: 165).

Merkezî yönetimin taşra yapılanmasında yer alan ve merkezî bütçeden kaynak sağlanan valilikler, belediyelerin kurulduğu 1999 yılına kadar ülkede yerinden yönetimin temel birimleri olarak faaliyette bulunmuştur (Elma, 2012: 112-113). Yerel yönetim birimleri olarak faaliyete geçmeleri, belediyelerin icra hâkimiyetlerinin varlığına herhangi bir kısıtlama getirmemiştir. İcra hâkimiyetleri, bugün ülkenin şehirlerinde, ilçelerinde ve kasabalarında merkezî yönetimi temsil etmekte ve bu kurumların başkanları da merkezî yönetimin uzantısı konumlarına paralel olarak doğrudan devlet başkanı tarafından atanmaktadır. Dolayısıyla Azerbaycan'da ülke çapında örgütlenen ve büyük bir güce sahip olan icra hâkimiyetleri, buldukları alanlarda devlet otoritesini temsil etmekte ve yerel nitelikteki birçok hizmeti de yerine getirmektedir (Özmen, 2021: 54). Söz konusu yerel nitelikteki hizmetlere; çevre ve insan sağlığının korunması, istihdamın artırılması, sosyo-ekonomik politikaların hayata geçirilmesi, tarımsal faaliyetlerin yaygınlaştırılması, kentsel planlamaya dair politikaların uygulanması, spor ve turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi, hukuk düzeni ve genel güvenliğin korunması ve siyasal partiler, medya, sivil toplum kuruluşları ve dinî kurumlar ile iş birliği oluşturulması, örnek olarak verilebilir (Mecek, 2018: 62-63).

27 Kasım 1995 tarihinde yürürlüğe giren Azerbaycan Anayasası ile yerel yönetimlerin hukuki çerçevesi oluşturulmuştur. Anayasada, yerel Sovyetlerin etkisine tamamen son verilmesi, yerel yönetim ile ilgili gerekli mevzuatın oluşturulması ve iki yıl içinde belediye seçimlerinin yapılması hüküm altına alınmıştır. Ancak seçimler iki yıl gecikmeyle 1999 yılında yapılabilmektedir. Tecrübe eksikliği ve halkın henüz hazır olmaması gecikmenin resmî sebebi olarak ifade edilmiştir. Ancak konunun uzmanları bu gecikmenin, yerel makamların yetkilerini devretme konusundaki isteksizliğinden kaynaklandığını ileri sürmüştür (Mamedova vd., 2001: 375).

Nihayetinde 12 Aralık 1999'da belediye seçimleri yapılmış ve belediyeler yerel yönetim birimleri olarak Ocak 2000 itibariyle faaliyete geçmiştir (Mamedova vd., 2001: 376; Margaryan, 2006: 99). 1995 Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasası'nın 142'nci maddesine göre yerel yönetim kurumları il, köy ve kasabalarda seçim yolu ile oluşturulan belediyelerdir. Böylece yerel yönetim birimleri anayasal güvenceye kavuşturulmuş ve yerel yönetimler tek dereceli olarak teşkilatlandırılmıştır.

Özetle Azerbaycan'da, yerel nitelikteki hizmetlerin sunumunun icra hâkimiyetleri ve belediyeler olmak üzere iki farklı yapı aracılığıyla gerçekleştirildiği görülmektedir (Aritürk ve Negiz, 2018: 870). Hatta kuruluş tarihi olarak daha eski ve mali kaynaklar açısından daha iyi bir konumda olan icra hâkimiyetleri, görece yeni kurulmuş ve kaynak yetersizliği yaşayan belediyelerle karşılaştırıldığında, yerel yönetim bağlamında daha etkili kuruluşlar oldukları söylenebilir.

3.2.1. Belediyeler

Azerbaycan'daki yerel yönetim sisteminin temel birimi belediyelerdir. Nitekim Anayasanın 142'inci maddesinde yerel yönetimin belediyeler tarafından gerçekleştirileceği hüküm altına alınmıştır. Ayrıca belediyeler anayasal güvenceye sahip olup, görevleri 1995 Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasası'nın "Belediyelerin Yetkileri" başlıklı 144'üncü maddesinin 1'inci fıkrasında liste usulü şeklinde sıralanmıştır. İçtüzüğün yapılması, vergi ve resimlerin belirlenmesi, yerel bütçe ve onun uygulanmasına ilişkin raporun onaylanması, belediye mülklerinin yönetilmesi, yerel sosyal güvenlik, yerel ekoloji, ekonomik ve sosyal gelişme programlarının kabulü ve uygulanması bu maddede sayılan görevlerden bazılarıdır.⁵ Belediyeler, idari birim oluşturma, personel istihdam etme, mülk edinme ve bu mülkler üzerinde tasarrufta bulunma ve kenti bütçesini yapma hakkına sahiptir. Azerbaycan'da belediyelerin kurulması, sınırlarında değişiklik yapılması ve varlıklarına son verilmesi yerel halkın görüşü üzerine diğer şartlarda göz önünde bulundurularak Millî Meclis tarafından gerçekleştirilmektedir (Uçar vd., 2021: 128).

⁵ Belediyelerin görevleri için bakınız TURKPA (2012: 52).

Azerbaycan yerel yönetim yapısının temel dinamiğini hizmetlerin yerinden ve en etkin bir şekilde görülmesi esası oluşturmuştur (Parlak ve Caner, 2013: 379). Bu kapsamda yerel yönetimler alanında ilk olarak Belediye Seçimleri Kanunu (*Bələdiyyələrə Seçkilərin Qaydaları Haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu*) ve Belediyelerin Statüsü Kanunu (*Bələdiyyələrin Statusu Haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu*) çıkarılmıştır. Belediye Seçimleri Kanununda, genel ilkeler, seçim komisyonlarının uyması gereken kurallar, seçmen listelerinin hazırlanmasına ilişkin usuller ve aday seçilebilmek için yeterlilik şartları yer almaktadır. Belediyelerin Statüsü Kanununda ise belediye organlarının rolü ve yapısı düzenlenmiş; yasal ve mali özerkliklerinin çerçevesi çizilmiştir. Bu bağlamda, 1995 Anayasası'nda yer alan hükümler ve bu iki kanunda yapılan düzenlemeler, ülkede faaliyette bulunan belediyelerle ilgili mevcut hukuki çerçeveyi oluşturmaktadır (Mamedova vd., 2001: 377).

Belediyeler, Azerbaycan'ın bağımsızlığından ancak sekiz yıl sonra, 12 Aralık 1999 tarihinde SSCB'nden miras kalan idari bölgeler (köy, kasaba, kent Sovyetleri) dikkate alınarak köy, kasaba ve il belediyeleri olarak teşkilatlandırılmıştır⁶ (Mamedova vd., 2001: 379). Bunun sonucunda kurulan belediyelerin içerisinde küçük köy belediyeleri, sayısal olarak çoğunluğu oluşturmaktadır (Hüsün vd., 2013: 164-165). Belediyeler çeşitli kademelerde teşkilatlanmış olsa da, organları itibariyle aralarında bir farklılık bulunmamaktadır.

Belediye meclisi, belediyenin karar organıdır. Meclis üyeleri 5 yıllığına hukukun çizdiği sınırlar dâhilinde genel, eşit, serbest, doğrudan ve gizli oy ilkelerine bağlı olarak seçilirler (Aritürk ve Negiz, 2018: 877). Görev süresi sona eren üyenin yeniden seçilme hakkı saklıdır. Meclis üyeliği, seçilme yeterliliğinin kaybedilmesi veya üyenin ikamet amacıyla yerleşim söz konusu yerleşim yerinin dışına çıkması durumunda sona erer (Parlak ve Caner, 2013: 380). On sekiz yaş üstündeki vatandaşlar oy kullanabilirler. Ancak aday olmak için yirmi bir yaşından büyük olma şartı vardır (Azerbaycan Belediye Seçim Kanunu, madde 3). Azerbaycan Cumhuriyeti Seçim Kanununun 210'uncu maddesine göre meclis üye sayıları, nüfusa bağlı olarak aşağıdaki aralıkta değişmektedir:

- 500 kişiden az 5 üye,
- 500-1000 kişi 7 üye,
- 1000-5000 kişi 9 üye,
- 5000-10000 kişi 11 üye,
- 10000-20000 kişi 13 üye,
- 20000-50000 kişi 15 üye,
- 50000-100000 kişi 17 üye,
- 100000 kişiden çok 19 üye.

Belediye meclisi, ayda en az bir kez olmak üzere, belediye başkanının çağrısı üzerine toplanır. Meclis oturumları şeffaftır ve belediyede ikamet eden tüm vatandaşlara açıktır. Meclis üye tam sayısının salt çoğunluğu, toplantı yeter sayısını; toplantıya katılanların salt çoğunluğu ise karar yeter sayısını oluşturmaktadır. Karar yeter sayısında salt çoğunluk aranmasının, belediyelerin, faaliyetleri ile ilgili konularda karar almasını kolaylaştırdığı söylenebilir (Mecek, 2018: 71). Ayrıca yerel halkın %10'unun doğrudan talebi veya meclis üyelerinin 1/3'ünün yazılı istemi üzerine olağanüstü toplantılar yapılabilir. Toplantılarda uyulacak/uygulanacak usul ve esaslar belediye içtüzüğü ile belirlenmektedir (Parlak ve Caner, 2013: 380). Meclis, belediye yönetmeliklerini kabul eder, yerel vergileri ve harçları belirler, yerel bütçeyi kabul eder, ekonomik kalkınma, sosyal ve çevresel koruma için yerel programları onaylar. Belirli programlar, daimi komisyonlar tarafından tasarlanır ve görüşülmek üzere meclise sunulur. Bir istisna olarak yerel vergilerle ilgili kararlarda, meclis üyelerinin üçte iki çoğunluğu aranır (Mamedova vd., 2001: 380).

Belediye başkanı ve kurumun diğer organları, meclis tarafından seçilir. Başkan, yeni seçilen belediye meclisinin ilk toplantısında üyeler arasından açık veya gizli oylama yoluyla ve salt çoğunlukla seçilir. Her ne kadar belediyenin diğer organlarının belirlenmesi ile ilgili olarak yasal mevzuatta meclislere büyük bir önem ve güç verilmişse de, belediye başkanları seçildikten sonra güç ve yetki kullanımı belediye meclislerinden belediye başkanlarına

⁶ Sadece başkent Bakü ve cumhuriyetin ikinci büyük şehri Gence belediyeleri ilçe düzeyinde kademelendirilmiştir.

geçmektedir. Ayrıca ülke kamuoyundaki yaygın kanaate göre, merkezî yönetimin yerel yürütme organı olan icra hâkimiyeti başkanları, kimlerin belediye başkanı seçileceği hususunda yerel meclis üyelerine önemli düzeyde etkide bulunmaktadır (Elma, 2013: 72).

Yürütme aygıtı, belediyenin yürütme organıdır. Birtakım hizmetlerin ve sosyo-ekonomik programların gerçekleştirilmesinde görev alan bu organ belediye meclisinin seçtiği belediye başkanı ve onun tarafından atanan şube ve departman yöneticilerinden oluşmaktadır. Burada görev yapan idarecilerin hukuki statüsü bulunmakta ve işe de belediye memuru olarak alınmaktadır (Belediye Hizmetleri Hakkında Azerbaycan Cumhuriyeti Kanunu, md. 1-3). Belediye başkanının yönettiği bu organın esas görevi, belediye meclisinde alınan kararları uygulamaktır. Bunun yanında; daimi ve diğer komisyonların örgütlenmesi, büro ve teknik destek işlemlerinin gerçekleştirilmesi ve belediye başkanınca verilen talimatların yerine getirilmesi gibi görevleri de vardır (Rehimli, 2009: 383).

Komisyonlar, belediye meclisi tarafından, belli alanlarda faaliyet göstermek üzere oluşturulur. Komisyon üyeleri çoğunlukla meclis üyesidir. Ancak dışarıdan konunun uzmanı kişiler de davet edilebilir. Komisyonlar, meclise karşı sorumludur ve düzenli olarak rapor vermeleri gerekir. Söz konusu komisyonlar genellikle şu amaçlar için oluşturulur (Mamedova vd., 2001: 381):

- Sosyal koruma ve kalkınma, yerel ekoloji, ekonomik kalkınma ve yerel hizmetler için programlar geliştirmek ve bunları meclis oturumlarında müzakere etmek;

- Yerel sorunları tartışmak ve konsey oturumlarında tartışılmak üzere bilgi, karar taslakları ve diğer materyalleri hazırlamak;

- Belediye ve onun yürütme organı olan yürütme aygıtı için öneriler hazırlamak;

- Seçmenlerin isteklerinin yerine getirilmesini sağlamak ve bu süreci denetlemek.

Belediyelerin görevlerinin sayıldığı 1995 Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasası'nın 144'üncü maddesinin 2'nci fıkrasında ise yasama ve yürütme organları tarafından da belediyelere görev verileceği düzenlenmiştir. Bu türden görevlerin denetlenmesinin, yine verilen organ tarafından yapılacaktır. Ancak görevlerin yerine getirilmesi için belediyelere verilen görevle orantılı kaynak da aktarılmalıdır.

Belediyelerin Mali Yapısı

Yerel yönetim birimlerinin sorunsuz bir şekilde faaliyette bulunabilmeleri, mali özerkliklerinin düzeyiyle doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda Azerbaycan yerel yönetimlerinin mali yapısı, subsidiarite (hizmette yerellik) anlayışına ve finansal özerklik ilkesine uygun olarak düzenlenmiştir. Merkezi yönetimce yapılan transferlere ek olarak belediyelere hizmet konusuna bağlı olmak şartıyla vergi toplayabilme yetkisi verilmiştir (Parlak ve Caner, 2013: 382-383). Belediye maliyesinin ekonomik temellerinin belediyeye ait taşınır ve taşınmaz mallardan, belediye arazilerinden, yerel bütçe ve bütçe dışı fonlardan, belediyenin üretim, hizmet ve diğer ekonomik faaliyetlerinden oluştuğu Belediye Finansmanının Temelleri Hakkında Kanunun (*Bələdiyyələrin Maliyyəsinin Əsasları Haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu*) 3'üncü maddesinin 1'inci fıkrasında düzenlenmiştir. Aynı maddenin 2'nci fıkrasında ise belediyenin mali kaynaklarının oluşturulmasında ve bu kaynaklar üzerinde tasarrufta bulunulmasında özyönetim, bağımsızlık, şeffaflık ve yerel çıkarların ülke çıkarlarıyla uyuşması ilkelerine bağlı kalınması gerektiği belirtilmiştir.

Belediyeler, devlet bütçesinden tamamen ayrı olan yerel bütçeleri bağımsız olarak hazırlar, uygular ve denetler. Mevzuat, kanunla öngörülen durumlar dışında, devlet organlarının belediye bütçe faaliyetlerine müdahale etmesini yasaklamaktadır. Merkezî yönetim ve yerel yönetim bütçeleri arasındaki bu radikal ayrım, devletin yerel bütçe yükümlülükleri için herhangi bir sorumluluk taşımadığı anlamına gelir (Mamedova vd., 2001: 388; Margaryan, 2006: 102). Bununla birlikte, Belediye Finansmanının Temelleri Hakkında Kanunun 6'ncı maddesine göre, devlet yerel mali özerklik için aşağıdaki garantileri üstlenmektedir:

- Ulusal yatırım ve para politikaları yoluyla sanayinin gelişmesi için koşullar yaratmak;

- Devlet bütçesi izin verdiğinde yerel bütçe açıklarını kapatmak için ek fon ayırmak;

- Yerel sosyal ve ekonomik kalkınma programları yerel bütçe kaynakları ile finanse edilemiyorsa, devlet bütçesinden hibe ve sübvansiyon tahsis etmek;

- Görevleriyle orantılı finansman sağlamak;

- Yerel bütçelerde meydana gelen açıkların tazmini için kaynak tahsis etmek.

Merkezi yönetimce yapılan transferlere ek olarak belediyelere hizmet konusuna bağlı olmak şartıyla vergi toplayabilme yetkisi de verilmiştir (Parlak ve Caner, 2013: 382). Azerbaycan'da yerel yönetim birimlerinin bütçeleri aşağıdaki gelir kalemlerinden oluşmaktadır (Azerbaycan Cumhuriyeti Vergi Kanunu md. 6,8; Mamedova vd., 2001: 388; Arıtürk ve Negiz, 2018: 874):

- Arazi vergisi,

- Emlak vergisi,

- İnşaat materyallerinden alınan maden vergisi,

- Belediyeye ait işletme ve kuruluşların kâr vergisi,

- Reklam ve otopark harçları,

- Merkezî yönetimden ayrılan paylar,

- Özelleştirmeden veya belediye mülklerinin kiralanmasından elde edilen gelirler,

- Piyangolardan veya diğer belediye faaliyetlerinden elde edilen gelir,

- Özel kuruluşlardan ve uluslararası kuruluşlardan veya fonlardan yapılan mali yardım,

- Devlet kararları nedeniyle artan harcamalar veya azalan gelirler için devletin ödediği tazminat.

Belediye meclisi, yerel vergiler ve harçlarla ilgili kararları üçte iki çoğunlukla kabul eder. Ayrıca belediyeler, Belediye Finansmanının Temelleri Hakkında Kanunda yer alan vergilerin ve harçların sayısını ve oranlarını belirleme yetkisine sahiptir. Vergi ve harçlarının tahsil edilmesinde ve yerel bütçenin uygulanma sürecinin denetlenmesinde sorumluluk belediyeye aittir. Yerel bütçe açıkları devlet bütçesinden yapılan transferlerle kapatılırken, yerel bütçenin fazla vermesi durumunda belediyeler bu meblağ üzerinde tasarruf yetkisine sahiptir (Huseyn vd., 2013: 167-168).

3.3. Merkez-Yerel İlişkisi

Azerbaycan'da yerel katılım ve hizmette halka yakınlık gibi ilkeler yönetim kültürüne yerleşmeye başlamışsa da, mevcut yapı incelendiğinde merkezîyetçi uygulamaların ağırlıkta olduğu görülmektedir. Bu durumun ortaya çıkmasına Sovyet dönemi yönetim kültürünün etkisinin devam etmesi, Azerbaycan'ın siyasal açıdan kritik bir bölgede yer alması ve yerel yönetim kültürünün yakın zamanda gelişmeye başlamış olması yol açmıştır (Parlak, 2018: 136; İsmayilov, 2018: 11). Ayrıca bağımsızlık sonrasında yeni devlet yapısının kurulmasında aktif rol oynayan siyasilerin eski sistemin tedrisatından geçmiş kişiler olmaları da merkezîyetçi uygulamalara yol açan önemli sebeplerden biridir (Uçar vd., 2021: 122).

1995 Azerbaycan Anayasası'nın 150'nci maddesinde belediyelerin aldıkları kararların anayasaya, kanunlara, Cumhurbaşkanlığı fermanlarına ve bakanlar kurulu kararlarına aykırı olmaması gerektiği düzenlenmiştir. Ayrıca 1995 Anayasası'nda öngörülmemen "idari vesayet" konusu 2003 yılında çıkarılan bir kanunla uygulanmaya başlanmıştır. Anayasadaki bu düzenlemeler evrensel düzeyde kabul gören bir olgu olarak ifade edilebilir. Ancak belediyelerin hareketleri, mevzuat dışında hükümet tasarrufları ile de kısıtlanabilmektedir. Bu bağlamda Azerbaycan'daki belediyeler, anayasal güvenceye sahip özerk birimler yerine, merkezî yönetimin güdümünde ve emrinde olan alt birimler olarak nitelendirilebilir (Mecek, 2018: 59-60). Bu nedenle kamu hizmetlerinin birçoğu doğrudan merkezden veya merkezin uzantısı niteliğine sahip taşra birimleri aracılığıyla yerine getirilmekte ve yerel yönetimlere mümkün olduğunca az yetki ve görev devredilmektedir (Hasanoğlu, 2019: 81).

Tablo 1: Kamu Hizmetlerinin Sunulmasının Merkez-Yerel Arasındaki Görev Paylaşımı

Kamu Hizmetleri	Yetkili Mercii	
	Merkez	Yerel
Kamusal düzenin korunması	√	-
Genel sağlığın korunması	√	-
Mekânsal çevrenin düzenlenmesi	√	-
İtfaiye hizmetleri	√	-
İletişim hizmetleri ile ilgili faaliyetlerin yürütülmesi	√	-
Trafik düzeninin sağlanması	√	-
Eğitim (ilk ve orta öğretim)	√	-
Sağlık hizmetleri (Hastaneler, poliklinikler...)	√	-
Konut ve iskân Politikaları	√	-
Kamu hizmetlerinin yerine getirilmesi	√	-
Sosyal refahın sağlanması	√	-
İstihdam olanaklarının yaratılması	√	-
Altyapı hizmetlerinin yürütülmesi	√	-
Kültür-sanat etkinliklerinin düzenlenmesi ve ilgili tesislerin işletilmesi	√	-
Mezarlıkların temizlik ve bakımı	-	√
Yol bakımı	√	√
Restorasyon faaliyetleri	√	√
Yeşil alanların korunması	√	-
Bireysel konut yapımı için arsa tahsisi	√	√
Kültürel mirasın korunması	√	-
Peyzaj hizmetleri	√	√

Kaynak: Agayev vd., 2007: 7-8.

Tablo 1'deki görev paylaşımı incelendiğinde, kamu hizmetlerinin sunulmasında merkezî yönetimin aktif bir konumda bulunmasına rağmen, yerel yönetim birimlerinin oldukça sınırlı bir alanda faaliyetlerini sürdürdüğü görülmektedir.

Yasal çerçeveden bakıldığında belediyelerin, önemli düzeyde mali özerkliğe sahip oldukları ifade edilebilir. Ancak bu düzenlemelerin birçoğu henüz uygulama şansı bulmamıştır. Gerçekte belediyeler yasal yönden bazı vergileri toplamaya yetkili olmalarına rağmen bu vergilerin toplanabilmesi için yeterli bir mekanizmaya sahip değillerdir (Hüseyn vd., 2013: 171). Ayrıca belediyelerin kaynakları yetersiz olup, özelleştirilecek veya kiralanacak mülkleri ya da kâr marjı yüksek işletmeleri bulunmamaktadır (Mamedova vd., 2001: 390-391). Buna ilave olarak, ülkede bölgesel ekonomik gelişmenin yeterli olmaması, yerel yönetimlerin mali kaynak yaratabilme kapasitesini de sınırlandırmaktadır (Rehimli vd., 2013: 110).

Netice itibarıyla, Azerbaycan'da yerel yönetim birimi olan belediyelerle ilgili anayasal ve yasal düzenlemeler özünde idari ve mali açıdan özerk bir yapılanma öngörse de, söz konusu birimler merkezî yönetimin gözetimi ve denetimi altındadır (Elma, 2012: 77). Belediyeler devlet yönetiminde bulunan bürokratik geleneğe uygun hareket etmekte, yerel halka karşı sorumluluk hissetmeyip, merkezî yönetimin denetleme kurumlarına bağımlı olmakta ve onlara karşı sorumluluk taşımaktadır (Rehimli vd., 2013: 133; İsmayilov, 2018: 3).

4. SONUÇ

Yerel yönetim modellerinin oluşmasında, ülkelerin tarihsel gelişim süreçleri, sahip oldukları idari, ekonomik, kültürel ve sosyal yapı önemli bir rol oynamaktadır. Ülkeler üzerinde bu çerçevede yapılan değerlendirmeler sonucunda dört modelin ön plana çıktığı görülmektedir. Bunlardan ilki olan Anglo-Sakson modelinde anayasal güvenceye sahip olmayan yerel yönetimler parlamento kararıyla, diğer bir deyişle kanun ile kurulur. Ancak

anayasal güvenceden yoksun olmaları, yerel yönetim birimlerinin merkezin baskısına maruz kalacağı anlamına gelmemektedir. Model çerçevesinde merkezin, yerel üzerinde bir denetim yetkisi bulunmadığı gibi, merkezin taşra teşkilatları ile yerel birimler arasında bir iç içe geçmişlik de söz konusu değildir. Dolayısıyla yerel yönetimlerin önemli düzeyde bir özerklikten faydalandıkları ifade edilebilir. Diğer bir model olan Kuzey ve Orta Avrupa modeli hizmet sunumu açısından Anglo-Sakson modele benzemektedir. Ancak ondan farklı olarak bu modelde yerel yönetimler sadece kanun ile kendilerine tanınmış yetkili kullanmamakta, aynı zamanda bu yetkilerin üstünde bir genel yetkiye de sahiptir. Dolayısıyla Kuzey ve Orta Avrupa modelinde yerel yönetimlerin önemli bir düzeyde özerkliklerinin bulunduğu söylenebilir. Avrupa kıtasının ana modeli olarak kabul edilen Fransız modelinde ise yerel yönetimlerin varlığı, anayasal düzeyde güvence altına alınmıştır. Ancak söz konusu birimlerin kendinden beklenen işlevleri yerine getirebilmeleri büyük oranda merkezî yönetimden devredilecek yetkiye ve aktarılacak mali kaynağa bağlıdır. Devlet, yerel yönetim birimleri üzerinde yerindelik ve hukukilik denetimi yapabilmektedir. Bu modelin uygulandığı ülkelerde yerel yönetimlerin varlık nedenlerinin işlevsel olmaktan ziyade, siyasal olduğu kabul edilmektedir.

Doğu Avrupa modelini benimseyen ülkelerde yerel yönetim birimlerinin temel çerçevesi anayasa ölçeğinde çizilmiştir. Burada ya belirli bir yerel yönetim kademesine ayrıcalık tanındığına ya da kademeler arasında herhangi bir ayrıma gidilmediğine rastlanılmaktadır. Ayrıca Doğu Avrupa gruplarında yer alan ülkelerdeki belediye başkanları, Anglo-Sakson veya Kuzey ve Orta Avrupa ülkelerindeki muadillerine göre merkezden gelen direktiflere daha fazla uyma eğilimi göstermektedir. Model içinde incelenen on dokuz Doğu Avrupa ülkesinin bir kısmı doğrudan SSCB'nin egemenliği altında; diğer bir kısmı ise onun nüfuz dairesinde yer almıştır. Model içinde yer alan ülke gruplarının özgün koşulları göz önünde bulundurulduğunda;

- Grup 1 (*Macaristan, Polonya, Slovakya*) ve Grup 2 (*Çek Cumhuriyeti, Estonya, Letonya*)'de yer alan ülkelerdeki yerel yönetim birimlerinin sahip olduğu idari ve mali özerkliğin boyutu, Kuzey ve Orta Avrupa ülkelerindeki yerel yönetim sisteminin temel dinamikleriyle büyük oranda bağdaşmaktadır.

- Yerel yönetim birimlerinin sahip olduğu mali özerlik düzeyi ve yetki sahası genişliği açısından ilk 2 gruba nispeten daha dar bir yapıya sahip olan Grup 3 (*Arnavutluk, Bulgaristan, Hırvatistan, Makedonya, Moldova, Romanya, Slovenya, Ukrayna*) ülkelerinin yerel yönetim sistemi Fransız modeliyle nispeten örtüşmektedir.

- Grup 4 (*Gürcistan, Litvanya, Sırbistan*) ve Grup 5 (*Ermenistan, Azerbaycan*)'te yer alan ülkelerin ise kendilerine has özelliklerinden dolayı diğer 3 yerel yönetim modeli ile doğrudan bir bağlantısı bulunmamakla birlikte Azerbaycan yerel yönetim sistemi; anayasal güvenceye sahip olması açısından Kuzey ve Orta Avrupa modeline, yerel birimlerin yetki ve görevlerini kullanmaları ve hükümet tasarrufları ile sınırlanmaları bağlamında ise Fransız modeliyle benzerlik göstermektedir.

Bir ülkenin bağımsız bir hükümete sahip olması şüphesiz söz konusu ülkenin özgürlüğünün ve egemenlik kullanımının önemli göstergelerinden biridir. Ancak bu durum ülkede özgür bir ortamın bulunduğu ve halkın kendini ilgilendiren konularda söz sahibi olduğunun tek başına bir göstergesi değildir. Bu noktada büyük bir öneme sahip olan yerel yönetimler, halka en yakın hizmet birimleri olmalarının yanında demokrasinin uygulanmasının da güzel bir örneğidir. Yerel halkın tercihleri doğrultusunda oluşturulan ve taleplerini etkin, verimli ve zamanında yerine getiren belediye teşkilatları, demokratik süreçlerin varlığı ve özgür bir ortamın devamı için büyük bir öneme sahiptir. Bu türden belediye örgütleri Doğu Avrupa ülkelerinde kurulmuş ve uygulamaya konulan reformlarla söz konusu birimlerin modern çağın gereklerini karşılayacak bir yapıya kavuşturulması amaçlanmışsa da, yerel özerklik bağlamında katedilen aşama henüz yeterli seviyede değildir.

Bu bilgiler ışığında Azerbaycan'daki yerel yönetim birimi olan belediyeler ile merkez arasındaki ilişki söz edilen modeller ekseninde değerlendirilecek olursa: Doğu Avrupa ülkelerinden biri olan Azerbaycan, SSCB'nin dağılmasının ardından kurumlarını demokratikleştirme ve eski idari kültürün izlerini silme noktasında büyük bir reform çalışmasına girmiştir. Bu çerçevede 1995 Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasası'nın 142'inci maddesinde özgür bir ortamın önemli göstergelerinden olan yerel yönetim birimlerinin varlığı güvenceye kavuşturulmuştur. Söz edilen güvencenin oluşturulmasında çerçeve anayasa anlayışı yerine kazuistik bir yöntem izlenmiş ve bu doğrultuda yerel yönetimlerin sahip olduğu anayasal esaslar tespit edilip, hüküm altına alınmıştır. Azerbaycan yerel yönetim yapısı, bu açıdan Kuzey ve Orta Avrupa, Fransız ve Doğu Avrupa modeliyle benzer bir görünüm arz

etmektedir. Anayasanın 144'üncü maddesinin 1'inci fıkrasında belediyelerin sahip olduğu yetkilerin liste usulü şeklinde sayılması, Czyż (2011)'in Doğu Avrupa ülkelerindeki yerel yönetim birimlerinin yetkilerinin anayasada çizildiğine ilişkin görüşü desteklemektedir. Ayrıca yerel yönetim birimlerinin yetki ve görevlerini kullanırken mevzuatın yanı sıra hükümet tasarrufları ile de sınırlanmaları bağlamında ise Fransız Modeline benzemektedir.

Azerbaycan anayasası ve kanunlarına göre idari ve mali özerkliğe sahip olan belediyeler, merkezî yönetim teşkilatından ayrı bir yapıya sahiptir. Ancak uygulamada durum mali yetersizlik, tecrübesizlik, desantralizasyonun tam anlamıyla gerçekleştirilememesi, köklü bir yerel yönetim kültürünün ve demokratik yönetim unsurlarının eksikliği ve halkta yerel yönetim bilincinin oluşturulamaması gibi faktörlerden dolayı mevzuatın tam tersi bir niteliktedir. Kaynak yetersizliği, şu an belediyelerin temel sorun alanı olarak ön plana çıkmaktadır. Yerel yönetimlerin varlık nedeninin yerel müşterek ihtiyaçları tespit etmek ve gereği gibi karşılamak olduğu göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu uygulamaların bu birimlerin özerkliğine gölge düşürdüğü ifade edilebilir. Merkezî yönetimin taşra örgütü olan icra hâkimiyetlerinin baskınlığı da göz önüne alınarak, Azerbaycan'da merkezî yönetimin yoğun bir yansımasının görüldüğü ve kamusal hizmetlerin büyük bir kısmının merkezî yönetim ve onun taşra birimleri tarafından sunulduğu ifade edilebilir. Azerbaycan'daki mevcut durum Keleş (1994)'in Doğu Avrupa modelini açıklarken ifade ettiği "demokratik özekçilik"e karşılık gelmektedir.

Azerbaycan'da belediyelerin demokratik ve özerk bir yapıya, diğer bir deyişle Kuzey ve Orta Avrupa modelinin uygulandığı ülkelerdeki yerel yönetim birimlerinin görünümüne kavuşturulması için: Belediyelerin mali yapısının iyileştirilmesine yönelik olarak yeni gelir kaynaklarının tahsis edilmesi ve dünyanın birçok ülkesinde bulunan belediye bankasının kurulması, yetki kapsamının genişletilmesi, merkezi yönetim tarafından sunulan ve faydası yerel ile sınırlı olan itfaiye, altyapı ve yeşil alanların korunması gibi hizmetlerin belediyelere devredilmesi ve halkta yerel yönetim bilinci oluşturulmasına yönelik adımlar atılabilir.

KAYNAKLAR

- Agayev, R., İbadoglu, G., Mehtiyev, A. ve Aslanov, A. (2007). "Strengthening Municipalities in Azerbaijan", *Available at SSRN 3111808*.
- Allahverdiyev, F. "Bələdiyyələrin Özgəclirlərini Artırmaq İmkanları Genişdir" <https://vergiler.az/news/articles/4567.html> Erişim: 29.05.2021
- Aritürk, M. ve Negiz, N. (2018). "Türkiye ve Azerbaycan Belediye Yönetimlerinin Karşılaştırmalı İncelemesi", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23/Sayı Geybulla Ramazanoğlu Özel Sayısı, 867-886.
- Avaner, T. ve Hasanoğlu, M. (2017). "Küreselleşme Sürecinde Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Kamu Yönetimi Sistemi: Kurulu ve Uyum", *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4, 954-965.
- Azerbaycan Cumhuriyeti Belediye Seçim Kanunu <http://www.e-qanun.az/framework/4771> Erişim: 29.05.2021
- Azerbaycan Cumhuriyeti Seçim Kanunu <http://www.e-qanun.az/code/17> Erişim: 23.02.2021
- Azerbaycan Cumhuriyeti Vergi Kanunu <https://www.taxes.gov.az/az/page/ar-vergi-mecellesi> Erişim: 01.04.2021
- Belediye Finansmanının Temelleri Hakkında Kanun http://www.e-qanun.az/alpdata/framework/data/5/f_5231.htm Erişim: 24.02.2021
- Belediye Hizmetleri Hakkında Azerbaycan Cumhuriyeti Kanunu <https://www.taxes.gov.az/az/post/194> Erişim: 02.04.2021
- Czyż, A. S. (2011), "Development of Local Government in Central and Eastern European Countries" *Studia Politicae Universitatis Silesiensis*, 7, 65-87.
- Çolak, Ç. D. ve Küçükylmaz, Y. O. (2019). "Büyükşehir İlçelerindeki Belediye Meclis Üyelerinin Profili Üzerine Bir Araştırma: Trabzon Örneği", *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6/3, 682-701.
- Elma, F. (2012). "Azerbaycan'da İdari Yapının Dönüşümü" *Uluslararası Üç Deniz Havzası Ülkeleri Ortak Yönetim Kültürü ve Yeniden Yapılanma Sorunları Sempozyumu*, Kamu Araştırmaları Vakfı Yayınevi, 109-116.

- Elma, F. (2013), "Azerbaycan'da Yerel Yönetim Yapılanması: Tarihi Deneyim Ve Mevcut Örgütlenme", *Türk Dünyasında Yerel Yönetimler*, (Ed: Mustafa Ökmen ve Fikret Elma, İstanbul: Türk Dünyası Belediyeler Birliği Yayını, İstanbul.
- Görmez, K. ve Bahçeci, H. I. (2018). "Yerel Yönetimlerin Siyasal Temelleri", *Yerel Yönetimler*, (Ed: Kemal Görmez ve Hasan Yaylı), Orion Kitabevi, Ankara.
- Güneş, M. (2009). "Almanya ve Türkiye'deki Yerel Yönetimlere Karşılaştırmalı Bir Bakış", *Savunma Bilimleri Dergisi*, 8/2, 145-165.
- Hasanoğlu, M. (2019). "Kamu Yönetiminin Değişimi ve Azerbaycan Yerel Yönetimler Sistemi Üzerindeki Etkisi", *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 2/1, 111-133.
- Haschke, D. (2013). "Local Government Administration in Germany", <https://germanlawarchive.iuscomp.org/?p=380> Erişim: 14.01.2021
- Heinelt, H. ve Hlepas, N. K. (2006). "Typologies of Local Government Systems", *The European Mayor Political Leaders in the Changing Context of Local Democracy*, (Ed: Henry Bäck , Hubert Heinelt Annick Magnier), VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hesse, J. J. ve Sharpe, J. (1991). "Local Government in International Perspective: Some Comparative Observation", *Local Government and Urban Affairs in International Perspective*, (Ed: Joachim Jens Hesse), Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden.
- Hüseyin, R., Ünal, Ö. F. ve Akman, E. (2013). "Azerbaycan'da Yerel Yönetimlerin Gelişimi: Merkezi Yönetim-Yerel Yönetim İlişkileri ve Bakü Kentinin Statüsü Hakkında Bir Değerlendirme", *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5/1, 163-172.
- Ismayilov, K. (2018). "The Formation and Evolution of Local Self-Government in Azerbaijan and Modern Local Self-Government in The Post-Soviet Countries (Issues of Legal Regulation)", *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 21/3, 1-14.
- İnaç, H. ve Ünal, F. (2006). "İngiltere'de Yerel Yönetimler", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16, 125-140.
- Karasu, K. (2013). "İngiltere'de Kamu Yönetimi", *Kamu Yönetimi Ülke İncelemeleri*, (Ed: Koray Karasu), İmge Kitabevi, Ankara.
- Karasu, M. A. (2018). "Farklı Ülkelerin Yerel Yönetim Deneyimleri", *Yerel Yönetimler*, (Ed: Kemal Görmez ve Hasan Yaylı), Orion Kitabevi, Ankara.
- Keleş, R. (1994). *Yerinden yönetim ve Siyaset*, Cem Yayınevi, İstanbul.
- Koyuncu, B. (2000). "Yerel Özerklik: Modeller ve Uygulamalar", *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, 1/1, 96-114.
- Kübler, D. ve Michel, P. (2006). "Mayors in Vertical Power Relations", *The European Mayor Political Leaders in the Changing Context of Local Democracy*, (Ed: Henry Bäck , Hubert Heinelt Annick Magnier), VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Laffin, M. (2007). "Comparative British Central-Local Relations: Regional Centralism, Governance and Intergovernmental Relations". *Public Policy and Administration*, 22/1, 74-91.
- Loughlin, J. (2003). *Subnational democracy in the European Union*, Oxford University Press, Oxford.
- Loughlin, J., Hendriks, F. ve Lidström, A. (Ed) (2010). *The Oxford Handbook of Local and Regional Democracy in Europe*, Oxford University Press, Oxford.
- Mamedova, M., Hasanov, H., Bairamov, A. ve Huseinov, M. (2001). "Local Government in Azerbaijan", *Developing New Rules in the Old Environment*, (Ed: Igor Munteanu ve Victor Popa), Local Government And Public Service Reform Initiative, Budapest.
- Margaryan, A. (2006). "Enhancing The Capacities Of Regional and Local Governments To Provide More Authority In Public Finance", *Local Government Financial Capacity Building in Transition Countries: Selected Country Studies*, (Ed: Željko Šević), NISPAcee, Bratislava.
- Mecek, M. (.2018). "Azerbaycan'ın Devlet Yapısı ve Taşra Yönetiminde Merkez-Yerel İlişkileri", *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7/1, 51-77.

- Mengi, A. (1998). *Avrupa Birliğinde Bölgeler Karşısında Yerel Yönetimler*, İmaj Yayıncılık, Ankara.
- Özmen, A. (2021). "SSCB'den Ayrılan Türk Cumhuriyetleri'nin Yerel Yönetim Perspektifleri", *International Journal Of Afro-Eurasian Research*, 6/11, 51-60.
- Page, E. ve Goldsmith, M. (1987). *Central-Local Government Relations: A Comparative Analysis of West European Unitary States*, Sage, London.
- Parlak, B ve Caner, C. (2013). *Karşılaştırmalı Siyasal ve Yönetimsel Yapılar*, Orion Kitabevi, Ankara.
- Parlak, B. (2014). "Avrupa Birliği Perspektifinden Merkezi Yönetim-Yerel Yönetim İlişkileri" *TESAM Akademi*, 1/1, 7-40.
- Parlak, B. (2018). "Azerbaycan'da Kamu Yönetimi ve Yerel Yönetimler: Yapısal, İşlevsel ve Karşılaştırmalı Analizi", *TESAM III. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi*, 115-143.
- Rehimli, R. (2009). "Azerbaycan Yönetim Sistemi", *Journal of International Social Research*, 2/9, 377-386.
- Rehimli, R., Negiz, N. ve Akman, E. (2013). "Azerbaycan Cumhuriyeti'nde Yerel Yönetimler", *Dünyada Yerel Yönetimler: Örnekler-Uygulamalar*, (Ed: Murat Okçu ve Hüseyin Özgür), Seçkin Yayıncılık.
- Stoker, G. (2002). "Life is a Lottery: New Labour's Strategy for the Reform of Devolved Governance", *Public Administration*, 80/3, 417-434.
- Swianiewicz, P. (2014), "An Empirical Typology of Local Government Systems in Eastern Europe", *Local Government Studies*, 40/2, 292-311.
- Turan, H. T. (2013). "Bölgeler Avrupa'sında Fransız Yerel Yönetimleri", *Dünyada Yerel Yönetimler Örnekler Uygulamalar*, (Ed: Murat Okçu ve Hüseyin Özgür), Seçkin Yayıncılık.
- TÜRKPA (2012), *Türk Cumhuriyetleri Anayasaları*, TÜRKPA Yayınları, Ankara.
- Uçar, A., Eryiğit, B. H. ve Topçu, V. (2021). "Azerbaycan'da Yerel Yönetimlerin İdari ve Mali Yapısı", *Dünyada Yerel Yönetimler ve Mali Yapıları*, (Ed: Çiğdem Akman ve İbrahim Attila Acar), Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Uluç, A., Çelik, A. ve Kaan, O. (2001). "Türkiye ve Fransa Yerel Yönetimlerinin Karşılaştırılması", *Türk İdare Dergisi*, 430, 171-185.
- Ulusoy, A., ve Akdemir, T. (2019). *Mahalli İdareler*, Seçkin, Ankara.
- Uysal, A. B. (2016). "Sosyal Şehir Programı ve Yerel Katılım: Berlin Örneği", *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 25/4, 27-47.
- Yemen, A. (2017). "Yerel Yönetim Modelleri", *Küreselleşme ve Yerelleşme Ekseninde Yerel Yönetim: Ankara Şehir Araştırmaları*, (Ed: Birol Aygün ve Yusuf Tekin), Ankara Büyükşehir Belediyesi Şehir Araştırmaları Merkez Kitapları, Ankara.
- Yusifov, S. (2015). Finance Benchmarks: Areas and Options for Assessing Local Financial Resources and Financial Management in Azerbaijan, https://www.researchgate.net/publication/311936872_Local_Financial_Benchmarking_-_report_AZE Erişim: 14.02.2021
- Zsamboki, K. ve Bell, M. L. (1997). "Local Self-Government in Central and Eastern Europe: Decentralization or Deconcentration?", *Environment and Planning C: Government and Policy*, 15/2, 177-186.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:25.03.2021 ✓Accepted/Kabul:19.04.2021

DOI:10.30794/pausbed.9032405

Araştırma Makalesi/ Research Article

Kuş, A. ve Atmaca, H. (2021). "Hommaire'in Samsun Sahil Şeridinde (Alaçam'dan Çarşamba'ya) Yönelik Gözlemlerine Dair Eleştirel Bir Değerlendirme", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 19-32.

HOMMAIRE'İN SAMSUN SAHİL ŞERİDİNE (ALAÇAM'DAN ÇARŞAMBA'YA) YÖNELİK GÖZLEMLERİNE DAİR ELEŞTİREL BİR DEĞERLENDİRME*

Ayşegül KUŞ**, Hasan ATMACA***

Öz

Samsun, Anadolu yarımadasının Karadeniz kıyı şeridinde batıda Kızılırmak ve doğuda Yeşilirmak vadileriyle sınırlanan bir alanı kaplar. 19. yüzyılda uluslararası ticarete açılması, buharlı gemilerin düzenli seferlere başlaması ve tütün ekiminin yaygınlaşması gibi faktörler, bölgeye yönelik ilginin daha da artmasına yol açmıştır. Bu ilgiye koşturarak, pek çok Batılı seyyah ve araştırmacı bölgeyi ziyaret etmiştir. Bunlardan biri de Fransız seyyah Xavier Hommaire de Hell'dir. O, 1847 yılında Karadeniz'e doğru bir seyahate çıkmıştır. Seyyah Amasra üzerinden bir kayıkla Alaçam'a oradan Bafra, Samsun ve Çarşamba'ya gelmiş ve bu yerlere ilişkin gözlem ve incelemeler yapmıştır. Bu çalışma, "Voyage et en Perse exécuté par Ordre du Gouvernement Français" adı ile 1854 yılında Paris'te yayımlanan yapıtının birinci cildindeki gezi notlarına dayanmaktadır. Çalışmanın amacı, verilen bilgileri doküman inceleme yöntemi ile yapı söküme uğratarak bölgenin hem fiziki, idari, sosyal ve ekonomik yapısının hem de tarihinin aydınlatılmasına katkıları sağlamaktır.

Anahtar kelimeler: 19. yüzyıl, Samsun, Bafra, Çarşamba, seyyah, Hommaire.

A CRITICAL EVALUATION OF HOMMAIRE'S OBSERVATIONS ON SAMSUN COASTLINE (FROM ALACAM TO CARSAMBA)

Abstract

Samsun covers an area bordered by Halys in the West and Iris valleys in the East. The factors such as being open to international trade, the regular voyages of the steamships and the spread of tobacco cultivation led to increased interest towards the region in the 19th century. In accordance with this interest, a great number of western travelers and researchers visited the region. One of them is French Traveler Wavier Hommaire de Hell. In 1847, he made a travel to the Black Sea. The traveler came to Alaçam, Bafra and then proceeded to Samsun and Çarşamba and made observations related to those places. This study is based on the travel notes of Hommaire in the first volume of the work published in Paris in 1854 under the title of "Voyage et en Perse exécuté par Ordre du Gouvernement Français". The purpose of the study is to make some contributions to shed light on both the physical, administrative, social and economic structure and the history of the region by deconstructing the information provided by document review method.

Keywords: 19th century, Samsun, Bafra, Çarşamba, traveler, Hommaire.

* Ondokuz Mayıs Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi Ofisi tarafından desteklenen PYO.EGF.1901.19.001 numaralı projeden üretilmiştir.

**Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Yabancı diller Eğitimi Bölümü, SAMSUN.

e-posta:aysegulkus@hotmail.com (<https://orcid.org/0000-0002-8051-6001>)

***Öğr. Gör. Dr. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, SİVAS.

e-posta:hasanatmaca@cumhuriyet.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0003-1084-2431>)

GİRİŞ

Samsun, Anadolu yarımadasının Karadeniz kıyısında, batıda Kızılırmak ve doğuda Yeşilirmak vadileriyle sınırlanan bir alanı kapsar. Bugünkü Samsun'un 3 km güneydoğusunda bulunan Dündartepe'de geç kalkolitik dönemden kalma bazı eserler, Samsun ve yakın çevresinin M.Ö. 3000 yıllarından beri yerleşime açık olduğunu göstermektedir. Kent, tarihin çeşitli dönemlerinde Sivas, Halep ve Bağdat'a kadar uzanan geçit vermesinden ötürü, İstanbul'un önemli bir limanı olmuştur (Bryer ve Winfield, 1985:92; Telliöğlü, 2012:65). M.Ö. 7. yüzyılda Batı Anadolu'dan gelen İyonyalılar, Samsun'un batısında Amisos şehrini kurmuşlardır. Bölge, tarihsel süreç içinde, Pers, Pontus, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı hâkimiyetleri altında kalmıştır. 1086'da Danişmendliler Samsun yöresini ele geçirdilerse de, "Kara Samsun" denilen Amisos'u ele geçirememişler ve bugünkü şehrin doğu yaka sahilinde "Müslüman Samsun" adını verdikleri yerleşim yerini kurmuşlardır (Darkot, 1967:172-176; Tsetskhladze, 1994:115-118; Emir, 2013:7). Canik bölgesinin Osmanlı hâkimiyeti altına girdiği tarihe dair kesin bir bilgi bulunmamakla birlikte, Samsun şehrinin 1420 yılında Osmanlı Devleti tarafından ele geçirildiği düşünülmektedir (Öz, 1999: 23-24).

Osmanlı döneminde, Canik adı sahil şeridi boyunca uzanan bölgenin tamamına verilmiş, ancak daha sonra oluşturulan idari yapılanmada, Canik sancağının merkezi Samsun olmuştur (Köse, 2012:83). Bölge, 16. yüzyılın başlarından 1846-1847 yılına kadar devam eden süreçte idari bakımdan Eyalet-i Rum yani Sivas'a, (Başar, 1997:19, Baykara, 1988). 1846-1847 yılında yapılan idari taksimatta, Trabzon eyaletine bağlanmıştır (Baykara, 1988:131). Samsun ve çevresi, Osmanlı yönetimi altına girmesinden 19. yüzyılın ortalarına kadar önemsiz bir iskele olarak kalmıştır. Bunun, bölgede ayanların keyfi yönetimi gibi bazı siyasi, sosyal ve ekonomik sorunlardan kaynaklandığını söylemek mümkündür (Yolalıcı, 1998:13; Karagöz, 2006:69). Ancak 18. yüzyılın sonları ve 19. yüzyılın başlarında itibaren Karadeniz'in kapalılığının sona ermesi, buharlı gemilerin düzenli seferlere başlaması ve bölgede tütün ekimin yaygınlaşmaya başlaması gibi bazı faktörler (Erlar, 2011:231; Demir, 2019:423; Çadircı, 1988:197) Karadeniz sahilinde bir liman kenti olan Samsun'u olumlu yönde etkilemiştir (Beydilli, 1991: 687-755; Bostan, Yılmaz, 2009: 359-382).

Tarihin ilk dönemlerinden itibaren gerek coğrafi konumu gerekse verimli topraklarıyla bir cazibe merkezi olan Samsun bölgesi, tarihsel süreç içerisinde pek çok batılı seyyah ve araştırmacının ziyaret ettiği bir yer olmuştur. Söz gelimi, antik dönem yazarlarından Amasya doğumlu Batılı Strabon, eserinde Samsun'un batısında bugün Baruthane olarak bilinen Amisos'un bölgeyi iç kesimlere bağlayan önemli bir ticaret merkezi olduğunu söyler (Strabon, 1969:29). 15 ve 16. yüzyıllarda Ruy Gonzales Clavijo, savaşta Osmanlılara esir düşen Schilterberger, Michele Membre, Vinceno Degli Alessendro gibi seyyah ve araştırmacılar da yapıtlarında Samsun'dan bahsederler. Ancak 18. ve 19. yüzyılda dünyada meydana gelen kimi siyasi, askeri, sosyal ve ekonomik gelişmeler, Doğu'ya gelen seyyah ve araştırmacıların sayılarında belirgin artışa neden olmuştur. Bu bağlamda, doğa bilimci, misyoner, konsolos, arkeolog, yer bilimci, böcekbilimci, vb. çok farklı meslek grubuna mensup olan seyyah ve araştırmacıların gelmiş oldukları ülkelerin kimi siyasi ve ekonomik çıkarları doğrultusunda bölgeyi ziyaret ettikleri dikkat çekmektedir (Yerasimos, 1991:196-197; Kuş, 2016; Yılmaz, 2006, Pınar, 2001; Usta, 2013, Aybet, 2003, İldem, 2000). 19 yüzyıla gelindiğinde, Kinneir, Rottiers, Hamilton, Ainsworth, Trabzon doğumlu olan P. Minas Bijişkyan, Walpole, Mordtman, Kırım Savaşı esnasında Osmanlı Devleti'ne sığınan F. Xaver Werner (Murat Efendi), Amerikalı misyoner, Lennep, Bryce, Tozer, Lynch gibi bazı Batılı seyyah ve araştırmacılar bölgeye gelmişler ve bölgeye dair gözlem ve incelemelerini kayıt altına almışlardır (Kuş, 2016:53-80). 19 yüzyılının ilk yarısının sonunda bölgeye gelen bu seyyah ve araştırmacıardan biri de Fransız coğrafyacı ve mühendis olan Ignace Xavier-Morand Hommaire De Hell'dir. O, ilki 1835 yılında, diğeri ise 1846 yılında olmak üzere Osmanlı topraklarını iki kez ziyaret eder. Hommaire, Sinop üzerinden kayıkla geçtiği Alaçam ve Ünye arasındaki sahil şeridinde bu ikinci gezisi esnasında uğrar ve coğrafyacı olması nedeniyle bölgenin başta fiziki yapısı olmak üzere sosyal ve ekonomik yapısına dair gözlemler yapar. Hommaire'in bölgeye dair verdiği bilgiler, tespit edilebildiği kadarıyla, Türkiye'de müstakil olarak herhangi bir çalışmaya konu olmamıştır. Bu çalışma, Hommaire'in "Voyage et en Perse exécuté par Ordre du Government Français" adlı 1854 yılında Paris'te yayımlanan yapıtının birinci cildinde yer alan, Alaçam-Çarşamba arasındaki gözlem ve incelemelerine dayanmaktadır. Çalışmanın iki amacı vardır: İlki, Hommaire'in 1847 yılında çıktığı seyahatinde kaleme aldığı gezi notlarından yola çıkarak, adı geçen sahil şeridinin o dönem içinde bulunduğu fiziki, idari, sosyo-ekonomik durumunu ortaya koymaya çalışmak; ikincisi ise Hommaire'in ortaya koyduğu verileri, yakın tarihlerde bölgeyi ziyaret eden diğer seyyah ve araştırmacıların

verdiği bilgilerle karşılaştırarak analiz etmektir. Böylesi karşılaştırmalı bir yaklaşım, Hommaire'in verdiği bilgileri tahkik etme imkânı sunduğu gibi, bölgenin tarihinin, eleştirel olarak aydınlatılmasına da kimi katkılar sunacağı ortadadır.

Alaçam- Bafra Yol Güzergâhı

Hommaire, 1847 yılının 5 Ağustos Perşembe günü saat 09: 56'da Sinop kaymakamının ve Rus konsolosunun eşliğinde, ressam Laurens ve bir Ermeni ve hizmetliyle birlikte deniz kıyısına gittiklerini ve içinde dört Rum'un olduğu, kendilerini bekleyen bir sandalla Alaçam'a doğru yola çıktıklarını söyler (Hommaire, 1854:353). Seyyah Alaçam'ın yöneticisi olan kişinin, kendilerine yemek ve kalacak yer sağlama konusunda yardımcı olduğundan, ona minnettarlık duyduklarını belirtir. Ardından kaldıkları evin, onları görmek için gelen çok sayıda insanla dolup taştığını söyler; bunun nedenini ise, bölgeye herhangi bir Avrupalının ziyaret etmemiş olmamasına bağlar. Seyyah ve beraberindekiler 7 Ağustos Cumartesi günü saat 08:43'te kendilerini yolcu etmeye gelenlerin, gelenekleri uyarınca arkalarından birkaç el silah attıklarını ve Alaçam'dan ayrılarak Bafra'ya doğru yola çıktıklarını söyler. Ardından seyyah, Bafra'ya giden yol güzergâhının fiziki yapısı hakkında bilgiler vermeye başlar. Ona göre, bölge oldukça yeşilliktir ve ormanlarla kaplıdır. Kısa bir süre önce, Canik paşası Bafra'ya kadar uzanan çok geniş bir yol yaptırmıştır, fakat Bafra'ya gelmeden önce, atların nalları altında gıcırdayan ahşaptan yapılmış eski iki köprünün yardımıyla Kızıl İrmak'ı geçmek gerekmektedir (Hommaire, 1854:354). Aslında diğer yerler gibi, Samsun'un en büyük kazalarından biri olan Bafra'nın da yolları da çok iyi durumda değildir (Serbestoğlu, 2015:51). Seyyahın aktardığı bilgilerden, Tanzimat'ın ilanından sonra, bölgede bazı imar faaliyetlerine girişildiği ve bu bağlamda bozuk olan bazı önemli yolların yapılmasına öncelik verildiği anlaşılmaktadır. Buna ek olarak, Kızılırmak'ın sağ tarafındaki ceviz ağaçlarının gölgesinde bir süre konakladıklarını ve bahçe içindeki Bafra'daki evleri temaşa ettiklerini söyler. Yine, Canik paşasının, tam olarak doğu tarzı mimari üslupla inşa edilmiş muhteşem olan konağına atıflar yapar ve bu paşanın Bafra'da 20 kadar çeşme ile 3 yeni cami yaptırdığından bahseder. Fakat Hommaire, Canik paşasının yaptırdığı bazı çeşme ve camileri ön plana çıkarmaya çalışsa da, Bafra'da Ulu Camii (Cami-i Kebir), Tayyar Paşa Camii, Çarşı (Emirza Bey) Camii Emirza Bey Türbesi, Uzun Hamam, Ali Bey (Canikli Ali Paşa) Çeşmesi, Kadı Çeşmesi, Hüseyin Bey Çeşmesi, Tabakhane Camii Kitabesi, Nur-i İbrahim Camii İnşa Kitabesi, Bafra – Arastası (Bedesten) Kapıları gibi farklı dönemlere ait Türk mimari üslubu ile yapılmış başka yapılar da bulunmaktadır (Bayraktar, 2005).

Buna ek olarak, Hommaire, Bafra'nın gerek fiziki gerekse ekonomik bakımdan büyümesinin Canik'i idare eden paşa sayesinde olduğunu ve burasının tarihi geçmişinin çok eskilere gitmediğinin altını çizer. Yine Bafra'nın, Samsun'a 20 fersah (fersah 12.000 adıma veya 1 saatlik yola denk geldiği kabul edilen eski ölçü birimidir) uzaklıkta bir yer olduğunu ve Samsun'a giden yol güzergâhının da sahil şeridini takip ettiğini ve yol boyunca dikkat çeken herhangi bir ilginç şeyin olmadığını sözlerine ekler. Hommaire'in Bafra'nın köklü bir tarihi geçmişi olmadığı yönünde verdiği bilginin, gerçeği yansıtmadığını belirtmek gerekir. Nitekim Samsun'un 55 km, Bafra'nın 7 km. kuzeydoğusunda yer alan İkiztepe, 1941 yılında yapılan arkeolojik kazı çalışmalarında ortaya çıkarılmıştır. Böylece adı geçen höyükte, geç kalkolitik dönemden eski Hitit devletinin kuruluşuna değin uzanan, yani MÖ. 4000 yılından ve M.Ö. 650'den M.Ö. 30 yılına kadar uzanan yerleşimlere ulaşılmıştır. (Telliöğlu, 2012:37; Kökten vd., 1945:396; Yiğit, 1981: 5-16). Dolayısıyla bu bilimsel bulgular, bölgenin tarihsel geçmişinin M.Ö 4000'li yıllara değin gittiğini ortaya koymaktadır. Yine antik dönem yazarlarından Amasya doğumlu Strabon, Bafra'nın, İkiztepe'den beri Samsun'dan bağımsız bir gelişim gösterdiğini ve coğrafi olarak bile Bafra'nın Samsun'dan ayrı bir yer olduğunu söyler (Strabon vd., 1969:28). Günümüzden farklı olarak, ilkçağda bir bütünün parçaları olarak görülmez. Yine Türkler bölgeye geldiklerinde ve Amisos'u ele geçirmeye çalıştıklarında, öncelikleri Bafra'yı topraklarına dâhil etmek olmamıştır. Ancak Danişmendliler Kızılırmak havzasını, Selçuklular da Yeşilirmak bölgesini ele geçirdiklerinde, bugünkü coğrafi yapı ortaya çıkmıştır (Telliöğlu, 2012:178, Bryer, 2007:90).

Hommaire devam eden satırlarda Bafra'nın idari, sosyal ve ekonomik yapısına ilişkin izlenimlerini aktarır. Seyyah ilk olarak bölgedeki yönetime ilişkin bazı bilgiler sunar. Kendilerine anlatıldığı kadarıyla, Bafra'yı yöneten kişi, üstün niteliklere sahip biridir ve onun bölgede idarecilik yapmasından sonra, hırsızlık gibi şeyler artık görülmez olmuştur ve kaybolan her eşya büyük bir titizlikle ve hakkaniyetle bölgede idarecilik yapan kişilere teslim edilmeye başlanmıştır. Öyle ki Bafra'yı idare eden kişi, mücevherler, kumaşlar, saat köstekleri vb. gibi sahiplerini bekleyen sağda solda bulunan eşyalardan birkaçını seyyaha göstermiştir (Hommaire, 1854:355). Seyyahın bölgeyi ziyaret ettiği dönemde, Bafra idari bakımdan Canik sancağına bağlı bir kazadır (BOA. C. EV.

147/7314, BOA. MVL 73/59, BOA. HR. MKT. 24/9; Yolalıcı, 1998:14-16). Ayrıca Tanzimat'la birlikte, bölgede idari bakımdan da köklü değişiklikler yapılmıştır. Söz gelimi, Canik sancağına mutassarrıf adı verilen mülki amirler atanmış ve buna paralel olarak kazalara da kaza müdürleri tayin edilmiştir. Böylece Tanzimat'la birlikte, sancağın bir alt birimi olarak kaza önem kazanmıştır (Yolalıcı, 1998:15). Hommaire'in aktardığı bilgilerden, Bafra'nın iyi ve adaletli bir şekilde yönetildiği ve bölgede adli vakaların görülmediği anlaşılmaktadır. Ancak onun böyle bir düşünceye sahip olmasında, bölge yöneticisi tarafından iyi bir şekilde ağırlanmasının ve ilgi gösterilmesinin etkisi olduğu düşünülebilir. Zira onun yaptığı kısa süreli bu ziyaret ile bölgedeki yönetim anlayışına ışık tutacak derinlikte bir değerlendirme yapmasını beklemek yanıltıcı olacaktır. Nitekim 19. yüzyılda bölgeyi ziyaret eden Batılı seyyah ve araştırmacıların gezi notlarına göz atıldığında, ekseriyetinin bölgedeki yöneticiler ve yönetim anlayışından söz ederken, idarecilerin zorbalığından, kötü yönetim anlayışından ve hem gayri Müslümlerin hem de Müslümanların ağır vergiler ve angaryalar altında ezildiğinden söz ettikleri görülür (Kuş, 2016). Bu bağlamda, Hommaire'in, Bafra özelinde verdiği bu bilgilerin, bir istisna teşkil ettiğini belirtmek gerekir.

1839 yılında Tanzimat ilan edildiğinde, öncelikli olarak merkezin denetiminde olan yakın eyaletlerde uygulamaya koyulmuştur. Ancak Samsun'un da idari bakımdan bağlı olduğu Trabzon vilayetinde hem bölgede kemikleşmiş olan klasik yapı hem de ayanların sahip oldukları ayrıcalıkları yitirmemek adına, özellikle vergilendirmeye karşı gösterdikleri direniş nedeniyle reformların ertelenmesine karar verilmiş ve ancak İsmail Rahmi paşanın valiliği döneminde, Tanzimat'ın bölgede etkin bir şekilde uygulanması için önemli adımlar atılmıştır. (Yılmaz, 2012:102-117; Çadırcı, 1988:192; Sarıoğlu, 1991:31, İpek, 2018:30). Bu nedenle, Hommaire'in, Bafra'daki yönetim anlayışına dair aktardığı bilgiler, idari bakımdan uygulamaya sokulan yeniliklerin de bölge üzerinde etkilerini göstermesi açısından önemlidir.

Fransız seyyahın bilgi verdiği bir diğer konu Bafra'nın nüfusedir. O. Bafra'nın nüfusunu neredeyse hepsi Türklere ait olan 1000 kadar haneden oluştuğunu söyler. Hommaire'den yaklaşık olarak on yıl önce Bafra'yı ziyaret eden Hamilton ise, Rum papazın kendisine verdiği bilgilere dayanarak Bafra'da 1160 hane olduğunu ve Hommaire'in de yukarıda belirttiği gibi, 1000 hanenin Türklere, 110 hanenin Rumlara ve 50 kadar hanenin de Ermenilere ait olduğu bilgisini verir (Hamilton, 1842:295). Bununla birlikte, göç üzerine yaptığı çalışmaları ile bilinen İpek, 1830'lu yıllara ait nüfus defterlerine yansıdığı kadarıyla, Orta ve Doğu Karadeniz bölgesine yönelik olan nüfus hareketleri üzerinde fiziki coğrafyanın önemli bir rol oynadığını ve bu bağlamda Samsun ve çevresindeki geniş ve verimli ovaların, İç Anadolu'dan Sivaslı, Kemahlı ve Kürtler taifesinin ilgisini çektiğini ve söz konusu göçer nüfusun, Samsun, Çarşamba ve Bafra bölgesine doğru yayıldığını altını çizer (İpek, 2018:31-38). Seyyah Bafra kazasının ekonomik yaşamı hakkında ayrıntılı bilgi vermese de bölgenin temel geçim kaynağının tütün ziraatı olduğunu söyler. Hommaire'in de aktardığı gibi, bazı belgelerde, Samsun ve Bafra'dan elde edilen tütünün ilk kez 1835 yılında doğrudan gemilerle İstanbul pazarına gönderildiği bilgisi yer almaktadır. Ayrıca Samsun ve çevresinde yetiştirilen tütünün, İngiliz ve Avusturyalı tüccarlar aracılığıyla yabancı pazarlara da gönderildiği anlaşılmaktadır. Erler, Bafra ve Samsun tütünlerinin yabancı pazarlarda rağbet görmesi üzerine, devlet tarafından 1839 yılında tütün ihracatına yönelik vergilerin tahsis edildiğini belirtir (Erler ve Edinsel, 2011:231). Hommaire'in de söylediği gibi, nitelikli tütün ekiminin Bafra ve çevresinden başlayarak Samsun'a kadar yayılması, bölgenin ekonomik bakımdan gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır (Çadırcı, 1988:197; İpek, 2012: 216).

Samsun-Çarşamba

Hommaire, 1847 yılının 9 Ağustos Pazartesi günü Bafra'dan ayrılarak Samsun'a doğru yola çıkar. O ilk olarak sahil şeridindeki yol güzergâhının dikkat çekici ve ilginç olmadığını söyler. Ardından Samsun şehri içinde bir gezintiye çıkar ve kentin fiziki yapısına dair bilgiler vermeye başlar. Hommaire'e göre, kentin pazarı, yerel mallar ve çeşitli yiyeceklerle doludur. Samsun, sahil şeridindeki en kötü ve önemsiz şehirlerinden biri olarak görünmektedir. Ayrıca kentin cadde ve sokakları sinir bozucu derecede pislik içerisindedir ve her tarafta pis su birikintileri ve çöplerle karşılaşmaktadır. Kent dışardan gelen birisi için hüznü ve keder veren bir yerdir ve her şey tam bir düzensizlik ve ilgisizlik içindedir. Görüldüğü üzere, seyyah, Bafra ile mukayese edildiğinde Samsun şehrini olumsuz bir şekilde tasvir etmektedir. Hommaire daha sonra kentin önemli tarihsel simgelerinden biri olan Selçuklu döneminde yapılmış kaleye dair gözlemlerini aktarır. Kalenin içindeki yolların hiçbir tanesi dikey değildir ve kalenin surları yıpranmış vaziyettedir. Sur ve duvarlarla çevrili olan doğu tarafında yer alan bölge ise, adeta

bir tür şatoyu andırmakta ve bir kenarı kırılmış üçgene benzemektedir. Samsun şehri, bir ovada kurulmuştur ve kentin tam ortasından da çamurlu sularının birkaç çeşmeyi beslediği bir dere akmaktadır (Hommaire, 1854:357).

Seyyahın kentte bulunduğu esnada gezinti yaptığı bir diğer yer de şehrin kuzey batısındaki Kalyon Burnu olur. Ancak kendisinden önce bölgede bulunan yerbilimci Hamilton'a atıf yaparak, onun burayı Amisos antik kentinin yahut Akropolisin bulunduğu nokta olarak nitelendirmesinin doğru olmadığını söyler. Zira bizzat kendisinin anılan yeri görmesinden sonra, Hamilton'un bu konuda yanıldığından emin olduğunun altını çizer. Daha sonra buraya dair şu bilgileri verir:

“Surlar ve duvarlarla çevrili olan bölge 3000 metre uzunluğundadır ve bu durum, bir şehrin surların ve duvarların içerisinde etrafı çevrili bir şekilde yer almasının doğruluğunu ispatlamaktadır. Hatta önemli bitişik noktaları birbirine bağlayan denizin içine uzanmış haldeki kara parçasının üzerinde birçok yapı fark ediliyor ve bu nokta bazı çanak çömlek ve taş parçalarıyla doludur. Akropolis surlar ve duvarlarla çevrili yerin içerisinde bulunmaktadır ve mimarisinde birbirine harçla tutturulmuş taş, volkanik kaya gibi her türlü farklı maddeyi görmek mümkündür. Akropolis'in hemen yanında Bizans'tan kalma iki su sarnıcı göze çarpıyor. Burnun arka taraflarına doğru noktada ise birçok yapı yer alıyor. Bu yapıların arasında, çok sayıda odadan oluşan ve içleri kazılmış bir mahzen fark ediliyor. Büyük bir olasılıkla, Eski Samsun, savunması kolay bu noktanın üzerinde yer alıyordu. Burnun ağzındaki dalgaların şiddetini kesmek üzere limanların ağzına dökülen taş yığınlarının varlığı, bu düşüncemi daha da kuvvetlendirmektedir” (Hommaire, 1854:358).

Hommaire devam eden satırlarda kentin ekonomik hayatında önemli bir rol oynayan limana dair de bilgiler sunar. Seyyah kentin limanının, Karadeniz bölgesindeki fiziki özellikler bakımından en kötü limanlarından biri olduğunu ve hatta bu bakımdan ünlü bir yer olduğundan bahseder. Çünkü buharlı gemiler yolcularını limanda karaya indirememektedir. Diğer taraftan suyun derinliğinin fazla olmaması, gemilerin şehirden 1000 metre kadar uzakta demir atmalarını zorunlu kılmaktadır. Yine karaya ulaşmak isteyen yolcular, bu uzun yolu hamalların sırtlarında kat etmek zorundadırlar. Samsun limanı, sahip olduğu fiziki yetersizliklere rağmen, gelecek vaat etmektedir. Ona göre, liman, her ne kadar iki tane devasa büyüklükteki kum yığını tarafından zarar görmüş olmasına rağmen, bu kum yığınları çamurluk alanı kapattığından yüzlerce metre uzakta demir atmak zorunda kalan gemiler, eğer liman ıslah edilirse, limana yaklaşabilecek ve deniz çamurluk alanı dönüştürmüş olacak ve diğer şehirlerde olduğu gibi Samsun çok uzun bir sahile sahip olabilecektir (Hommaire, 1854:357). Aslında 19. yüzyılda bölgeyi ziyaret eden diğer Batılı seyyahlar da benzer şekilde, Samsun limanının şehrin artan ticari önemine paralel olarak, fiziksel ihtiyaçları karşılamadığını belirtirler (Mordtman, 1925:81; Moltke, 1969:142-143; Lennep, 1870:40). Ayrıca liman, sığılı bir yana, kuzey batıdan esen rüzgârlara da açıktır. Limanın bu özelliği şehrin ticari öneminden bahseden yabancıların özellikle üzerinde durduğu bir konudur. Örneğin, fırtınalı havalarda Samsun'a gelen gemiler Sinop ve Vona (Perşembe) limanlarına sığınmak zorunda kalıyorlardı (Yılmaz, 2014:60). Bu nedenle, 1840'ların sonunda liman inşası için Mühendishane-i Berri Hümayun'dan Ahmed Efendi Samsun'a gönderilmiştir. Ahmet Efendi yaptığı keşif sonucu hazırladığı harita ve defteri, Nafia Nezaret'i'ne göndermiştir. Nezaret kârgir veya ahşap iskeleden hangisinin yapılacağına görüşülmesi ve ödenek ayrılması konularını müzakere etmiş, ancak bu girişimden herhangi bir sonuç alınamamıştır. 1838 yılında İngilizlerle imzalanan Balta Limanı Antlaşması sonrasında Osmanlı mallarının ihraç edileceği iskeleler arasında Samsun'un da adı yer almaktaydı. Bu, Anadolu'nun iç kesimlerinden gelen ürünlerin, artık eskisinden daha fazla miktarda Samsun'da gemilere yükleneceği anlamına gelmekteydi (Diğiroğlu, 2011:53; Kütükoğlu, 2013:165). Bu girişimler 19. yüzyılının ikinci yarısında da devam etmiş, ancak yine ihtiyaçlara cevap verebilecek bir liman inşa etme yönünde herhangi bir somut adım atılamamıştır. Yapılan her keşifte Karadeniz'in dalgalarına karşı koyabilecek, sandallarla birlikte küçük büyük gemileri fırtınadan koruyacak daha büyük bir liman yapılması gerektiği vurgulanmasına rağmen, bu keşif ve projeler hayata geçirilememiştir. Kentin gereksinim duyduğu bu liman, ancak modern dönemde 1960'lı yılların başında inşa edilebilmiştir. Fakat limanın uzun yıllar yapılamaması, şehirden yapılan transit ticaretin İstanbul ve İskenderun limanlarına kaymasına sebep olmuştur (Baytal, 2013:385-402; Serbestoğlu, 2015:115).

Fransız seyyah, kentin sosyal yaşamı hakkında da bilgiler verir. Bu bağlamda, Hommaire ilk olarak çevresindeki bataklıklardan ötürü, kentin sıtma hastalığının sıkça görüldüğü bir yer olduğunu ve bu hastalığın ciddi sayıda ölümlere yol açtığından söz eder. Hatta şehirde bu hastalığı atlattığı başarılmış birkaç insan gördüğünü belirtir (Hommaire, 1854:356). Gerçekten de Samsun sıtması ile ünlü bir yerdir. Toprağın bataklık olması sıtmanın hızlı bir

şekilde yayılmasına neden olmaktadır. Bu nedenle, Hommaire'in de belirttiği gibi, sıtmadan kaynaklı ölüm olayları oldukça yüksekti (İpek, 2006:44). Fener Burnu ve Mert Irmağı ağız yakınındaki bataklıklar kentte belli periyotlarda sıtma hastalığına sebebiyet vermekteydi (İpek, 1999:32). Akabinde seyyah, Samsun kentinin nüfusuna ilişkin bazı veriler sunar. O, şehri gezerken saydığı kadarıyla, Samsun'da Türklere ait 100 hane ve Ermenilere ait de 20 kadar hane bulunduğu bilgisini verir. Ancak Rumların nüfusu ile ilgili herhangi bir sayısal veri sunmaz ve sadece onların şehre belli bir uzaklıkta olan Kadıköy'de ikamet ettiklerini söylemekle yetinir (Hommaire, 1854:359). Fakat Hommaire'in Samsun'un nüfusuna dair verdiği sayısal verinin, diğer kaynaklardaki verilerle örtüşmediğini belirtmek gerekir. Zira 19. yüzyılda şehrin nüfusu diğer dönemlere nazaran artış eğilimi içine girmiştir. 19. yüzyılın ilk çeyreğinde kenti ziyaret eden, Kinneir, şehrin küçük olduğundan ve 2000'den fazla olmayan bir nüfusa sahip olduğunu söyler (Kinneir, 1818:304). Kinneir gibi 19. yüzyılın başlarında bölgeye gelen Fransız diplomat Tancoigne ise, Samsun'un nüfusunun en fazla 4000 yahut 5000 kadar olduğunu ve bu nüfusun küçük bir kısmının Rum ve Ermenilerden oluştuğu bilgisini aktarır (Tancoigne 1820:342). Amasya üzerinden 1835-1837 yılları arasında Anadolu'yu ziyaret Ainsworth ise, Rumların ikamet ettiği büyük bir köy olan Kadıköy'le birlikte kentin nüfusunun 7500-8000 kişiden oluştuğu bilgisini verir (Ainsworth, 1842:31). 1830'lu yıllarda Samsun şehrinin nüfusu için verilen sayısal veriler 3000 ila 40000 arasında değişiklik göstermektedir (Quatert, 2004:905). 1834 tarihli nüfus defterine göre ise, Samsun, Haçerli, Pazar, Saidbey, Camiikebir, Hacıhatun, Meğde, ve İçkale adında farklı büyüklüklerde olan yedi mahalleden oluşmaktaydı. Seyyahın kenti ziyaret etmesinden iki yıl önce, yani 1845 yılında şehrin nüfusu yaklaşık olarak 2600 kadardı. Ancak İpek, bu sayıya muhassıl, ailesi ve kapı kulunu da eklemek gerektiğini belirtir. Muhassılın kapı halkı 30'u yaşlı ve 26'sı yetişkin olmak üzere toplam 56 kişidir (İpek, 2012:172). Ayrıca İpek tarafından 1845 yılına dair kentin nüfusunu gösteren tabloda, Samsun'un hane sayısı da 526 olarak verilmektedir. Dolayısıyla, Hommaire'in 1847 yılı için kentin nüfusuna dair verdiği sayısal tahminin doğru olmadığı görülmektedir. Anlaşılan o ki; seyyah, kenti gezdiği esnada kabaca gördüğü bazı evleri saymış ve buna dayanarak kentin nüfusuna dair bir tahmin yapmaya çalışmıştır. Ayrıca İpek, 1830-1845 tarihli nüfus defterindeki verilerden yola çıkarak, Samsun'da Ermeni bir nüfusun olmadığını, ancak deftere kayıtlı olan Ermeni ve Rumların ticaret amaçlı kente gelenler olduğunun altını çizer. Yine Hommaire'in de belirttiği gibi, bu tarihlerde bazı Batılı seyyah ve araştırmacıların varoş olarak nitelendirdikleri, resmi kayıtlarda ise köy statüsünde olan Kadıköy'de ise Hıristiyanlar yaşamaktaydı (İpek, 2012:172).

Hommaire ayrıca kentte bulunan bazı yabancı konsolosluklardan da bahseder. Bu bağlamda, seyyah, Samsun'da biri İngiliz diğeri de Avusturyalı olmak üzere iki konsolosun ikamet ettiğini, Avusturya konsolosunun tepede göz kamaştırıcı muhteşem bir evde oturduğunu, İngiliz konsolosunun evinin ise düzlük bir alanda ve gösterişten uzak ve oldukça sade bir yapı olduğunu belirtir (Hommaire, 1854:358). Gerçekten de İngilizler 1830'lu yıllarda Samsun'un ticari bakımdan gösterdiği gelişmeyi yakından takip etmişler ve buraya bir konsolosluk açma yönünde bazı adımlar atmışlardır. Ancak atılan bu adımlar hayata geçirilememiştir. Zira Fransız konsolosluk raporlarına göre, İngiliz konsolosluğun kentte açılma tarihi 1841'dir. Fransız konsolosu Outrey elçiliğe yazdığı bir raporda, İngilizlerin Stevens'ı 7000 frank maaşla ve ticaret yapma yetkisiyle Samsun'a konsolos yardımcısı (Vice consulat) olarak tayin ettiklerini belirtmektedir. Outrey'nin yazışmalarının da gösterdiği gibi, Fransızlar, 1830'lardan itibaren tüccar-konsolos olarak görev yaparak hem ekonomik hem de siyasi etki alanlarını genişletmeye çalışan İngilizlerin, konsolosluk ağını yakından takip etmekteydi. Dolayısıyla, Hommaire'in de belirttiği gibi, onun Samsun'da bulunduğu 1847 yılında, altı yıldır kentte ikamet eden bir İngiliz konsolosu bulunmaktadır ve atanmış bu konsoloslar, ticaret yapma yetkisi olan tüccarlardır. Bunlardan Francis Stevens 1841'de Trabzon'a konsolos yardımcısı olarak atanmış, kardeşi Richard White ise aynı görevle Samsun'a gönderilmiştir. Richard White bu görevini Tebriz'e konsolos tayin edildiği 1846 yılına kadar sürdürmüştür. White'in yerine ise mart ayında Batum'da görevli ve yine tüccar olan konsolos yardımcısı Frederick Guarracino getirilmiş ve bir yıl sonra İsveç ve Norveç devletleri tarafından da Samsun konsolos vekili olarak görevlendirilmiştir. Yılmaz, 1851 yılı itibarı ile şehirde Avusturya konsolosluğunun varlığından söz edebileceğini söyler. Ancak Karadeniz'deki deniz taşımacılığında büyük bir payı bulunan Avusturya'nın Lloyd şirketinin Samsun'a düzenli olarak uğraması ve Samsun'da Avusturyalı tüccarların olmasından dolayı, şehirde daha önce hem bu şirketin acenteliğini yapacak hem de bu tüccarları himaye edecek bir Avusturya temsilciliği için bazı girişimlerde bulunulduğunu belirtir (Yılmaz, 2014:65). Fransızların Samsun'da ticari ve ekonomik çıkarlarını gözetken bir konsolosluk kurmaları ise ancak 1863 yılında gerçekleşmiştir. Fransız konsolosluğunun (Konsolosluk Acentesi/Agence Consulaire) kurulduğu 1863 yılına kadar, Fransa'nın ticari ve ekonomik vb. gibi işleri buradaki İngiliz konsoloslar tarafından yürütüldü. Bu bağlamda, Samsun'a konsolos

yardımcısı olarak tayin edilecek görevli için, Trabzon'daki Fransız konsolosu Schefer elçiliğe iki isim önerdi. Bunlar 1862 yılından itibaren Messageries Maritimes Şirketinin acenteliğini yürüten N. Doulet ve Samsun'da yerleşik bir tüccar olan Arnaud'du. Bu iki isim arasından Doulet'nin konsolosluk görevlisi olarak atanmasına karar verildi. (Yılmaz, 2015:1043).

Fransız hükümeti tarafından görevlendirilerek Osmanlı topraklarını ziyaret eden Hommaire'in, kentin ekonomik yaşamına da yakın bir ilgi gösterdiği dikkat çekmektedir. Zira seyyah yapıtında, hem 1839 yılına ait olmak üzere iki Avusturya buharlı gemisiyle Samsun'dan gerçekleştirilen ihracata konu olan ürünlerin cins ve miktarlarına, hem de 1846 yılında aralarında Türk buharlı gemilerinin de yer aldığı yabancı gemilerin sayısına ve bu gemiler vasıtası ile Samsun limanından gerçekleşen ithalat ve ihracatın ne kadar İngiliz Sterline'ne denk düştüğüne dair bazı sayısal veriler aktarır. Her ne kadar kaynağını belirtmese de Hommaire'in bu verileri, kentte bulunduğu esnada görüşme yaptığı diplomatlardan almış olma olasılığı yüksektir. Zira Osmanlı topraklarını ziyaret eden Batılı seyyah ve araştırmacıların ekseriyetinin geldikleri andan itibaren kendilerine her konuda yardım eden ya kendi ülkelerinin konsolosları yahut Hommaire örneğinde olduğu gibi, diğer ülkelerin konsolosları ile iletişime geçtikleri görülmektedir (Kuş, 2016:177-183).

Tablo 1: 1839 yılında Samsun'dan iki Avusturya buharlı gemisiyle gerçekleştirilen ihracat

Tütün	5,040 koli
Kayseri pastırması	1,028 koli
Sarı mısır	1,276 koli
Zamk	240 koli
Çiriş otu kökü	656 koli
Mazı	247 koli
Buğday	448 koli
Balmumu	434 koli
İşlenmiş bakır	235 koli
Manda derisi	134 koli
Kürk	16 koli
Keçi yünü	40 koli
Koyunyünü	172 koli
İri nohut	37 koli
Fasulye	34 koli
Sülük	125 koli
Keten tohumu	98 koli
Diyarbakır ve Halep'ten gelen dokumalar	230 koli
Pamuk	14 koli
Her bir koli 60 okka (1.283 kg.)	Toplam:10,950 koli

1838 yılında imzalanan Balta Limanı sözleşmesi ile zirai ürünler üzerindeki tekel kalkınca, Canik bölgesi Avrupa pazarlarına açılmaya başladı (İpek, 2012:216). Dolayısıyla Tablo 1'de Hommaire'in Avusturya'ya ait buharlı gemiler ile Samsun'dan yapılan ihracat ürünlerinin neler olduğuna ve miktarlarına dair verdiği bilgi, bunu belgeler niteliktedir. Tablo 1 incelendiğinde, dışarıya en fazla ihraç edilen ürünün tütün olduğu görülmektedir. Zira daha önce de üzerinde durulduğu gibi, tütün bölgede yaşanan ekonomik ve sosyal hareketliliğin önemli faktörlerden biridir. Daha 19. yüzyılın başlarında Samsun ve çevresinde iyi kalitede tütün yetiştirilebileceğinin anlaşılması üzerine, bölgede tütün ekimi ve ticareti hızlı bir şekilde gelişme göstermiş ve bu durum, kente yakın yerlerden çok sayıda insanın göç etmesine neden olmuştur. Ayrıca Samsun'da tütün işleme kuruluşları, bankalar, ticaret ve sigorta şirketleri de faaliyete geçmiş ve bunlar Samsun limanındaki gemi trafiğinin de artmasına sebebiyet vermiştir (İpek, 2012:215-216). Bölgede yetiştirilen tütünün önemli bir kısmı, Samsun'da tütün fabrikası kuruluncaya kadar hem yurt içine hem de yurt dışına ihraç edilmiştir. Samsun limanından ihraç edilen tütünün büyük bir kısmı, başta

Mısır, Fransa ve Avusturya olmak üzere yurt dışındaki ülkelere gönderilmekteydi (Yolalıcı, 1998:89-90). Ayrıca Canik topraklarının yaklaşık olarak 1/3'ü ekili durumdaydı. Ekili toprakların en fazla olduğu yer ise Çarşamba idi. Sancak genelinde en çok yetiştirilen ürünler, yukarıdaki tablodan da görülebileceği gibi, hububat ürünleri idi. En çok yetiştirilen hububat ürünleri arasında ise buğday, arpa, mısır, pirinç ve fasulye yer almaktaydı. Buna ek olarak, 19. yüzyılda Canik sancağında yetiştirilen başlıca ürünler arasında buğday, arpa, yulaf, mısır, pirinç, keten, kenevir, tütün, zeytin, üzüm ve her türlü sebze ve meyve yer almaktadır (Yolalıcı, 1998:79). Dolayısıyla, tablo incelendiğinde tütünden sonra, en fazla dışarı gönderilen ürünün de Canik'te yaygın olarak ekimi yapılan mısır olduğu görülmektedir.

Tablo 1'de yer alan Kayseri pastırmasının ise mısırdan sonra dışarıya en fazla ihraç edilen ürün olduğu dikkat çekmektedir. 19. yüzyılda buharlı gemilerin Samsun'a da uğramaya başlaması ve buharlı gemi taşımacılığının kara yolu taşımacılığına nazaran daha güvenli olması gibi faktörler, Samsun ve çevresinden kara yoluyla gerçekleşen taşımacılığın gerilemesine yol açmıştır. Bu gelişme, Samsun limanına ve şehrine olumlu katkı sağlamıştır. Bu nedenle, 1840'lı yıllarda Samsun, art alanında yer alan bölgeler için ekonomik açıdan büyük önem taşımaktaydı. Zira bu yıllarda tütün Bafra'dan, içiriş, kitre ve mazı Malatya'dan, koyun ve keçi yünü Sivas'tan, pastırma ve sığır derisi Kayseri'den, ipek ve bezelye Amasya'dan, şap Karahisar'dan, keten tohumu Canik sancağından, üvez, kökboyası ve bakır ise Tokat'tan Samsun'a gelerek yurt dışına ihraç edilmekteydi. (Çağlayan, 2006:287-295).

Hommaire ayrıca en önemli ithalat ürünlerinin demir, pamuklu ürünler, pamuk ipliği ile bazı yiyecek ürünleri olduğunu ve bu ürünlerin Samsun üzerinden çevre şehirlere gönderildiği bilgisini verir. Samsun'da tahıl ve mısır ihracatında da büyük bir artış olmuştur. Örneğin, İngiliz konsolosu limandan yaklaşık olarak on iki gemi tahıl ve mısır yükletmiştir. 1847 yılında Samsun ile Batum arasındaki sahil şeridinden yapılan genel ihracat miktarının da arttığı anlaşılmaktadır. Anılan yıl için bu rakam 600,000 kilodur. Tütüne gelince, tütün gerçekten bölge ticaretinin önemli bir parçasıdır. Bölgede tütün yetiştiriciliğine en uygun araziler, eğimli olan kuzeye ve doğuya doğru bakan tepelerdir. Zira buralardaki tepelerde toprak daha hafif ve daha az kumludur ve tütünün kuruması gölgede olmaktadır. Tütün yaprakları iki ya da üç ay boyunca iplerde asılı kalmakta ve böylece hava yaprağın her tarafına nüfuz etmektedir. Yaprakların kırılmaması ve yumuşak kalması için, paketleme işleme her zaman nemli havada yapılır. 1846 yılında Samsun ve çevresinden 30 bin koli kadar tütün ihracatı gerçekleşmiştir. Hommaire, bölgede fiyatları 2 kuruş ile 7 kuruş arasında değişen üç farklı kalitede tütün olduğunu ve düşük kalite tütünlerin genellikle ülke içerisinde tüketildiğini ya da Ermenistan'a gönderildiğini aktarır. En iyi tütünün ise altı okkasının 26 kuruşa satıldığını belirtir. Seyyah ayrıca Fransız hükümetinin, Samsun'dan yetişen üç farklı tütünden ithalat yaptığını ve ilkinde Fransız hükümetinin her biri 60 okkadan sekiz balya tütün aldığı; ikincisinde 40 balya ve 1847 yılında da bu miktarın 640 balyaya yükseldiğinin altını çizer. Hommaire, Fransız hükümeti tarafından satın alınan tütünün 6 okkasına da 19-26 kuruş ödendiği bilgisini verir (Hommaire, 1854: 362). Seyyahın Ermenistan olarak adlandırdığı yerde bu yıllarda müstakil bir Ermenistan devleti yoktur. Zira 1828 yılında Rusya ile İran arasında imzalanan Türkmençay ve 1829 yılında Osmanlı Devleti ile Rusya arasında imzalanan Edirne antlaşmalarından sonra, Güney Kafkasya'ya özellikle Erivan, Nahçıvan, Karabağ bölgesine Osmanlı Devleti'nin hâkimiyeti altındaki Doğu Anadolu vilayetlerinden ve İran'ın kuzey bölgelerinden Ermeniler göç ettirilmiştir (Çapraz, 2012: 261). Ayrıca 19. Yüzyılda bölgeyi ziyaret eden seyyah ve araştırmacıların "Turcomania" olarak bilinen Doğu Anadolu bölgesinden, Hommaire örneğinde olduğu gibi, bölgede yaşayan Ermeni nüfusunu batı kamuoyunda abartılı olarak göstermek amaçlı "Armenia" olarak söz edildiği dikkat çekmektedir. Aslında "yukarı memleket", yahut "yukarı iller anlamındaki "Armenia" tabiri Müslüman coğrafyacıları tarafından Ermen/Ermeniye şeklinde kullanılmıştır. Bu bölge Van Gölü'nün kuzeyi ve zaman zaman da daha geniş coğrafi bölgeleri içine alır. Dolayısıyla. "Armenya", "Armenia" coğrafi bir isimdir ve Ermeni milleti ile herhangi bir ilişkisi yoktur (Baykara, 1988: 23-24).

O, 1846 yılında İngiliz gemilerinin Samsun'dan yaptığı ithalat ve ihracat rakamlarına ilişkin de birtakım veriler sunar; anılan yıl için İngiliz gemileri tarafından Samsun'dan yapılan ithalatın 5.121 koli olduğunu ve bunun 82,406 Sterline, ihracat miktarının ise 17.676 koli olduğunu ve bunun da 82,393 Sterline karşılık geldiğini söyler.

Hommaire Samsun limanına ticaret amaçlı gelen ülkelerin gemi sayısına ve bu gemiler aracılığıyla yapılan ithalat ve ihracat rakamlarına ilişkin şu bilgileri verir:

Tablo 2: Genel durum

Milletler	Gemi sayısı	İthalat	İhracat
İngiliz	49	82,406 Sterlin	82,393 Sterlin
Türk	86	37,421 Sterlin	54,530 Sterlin
Avusturyalı	52	47,510 Sterlin	36,188 Sterlin
Rus	6	7,200 Sterlin	--
Sardinyalı	1	250 Sterlin	--
Yunan	3	6,500 Sterlin	--
	Toplam:	181,287 Sterlin	173,111 Sterlin

Tablo 2 incelendiğinde, Samsun limanına gelen gemiler arasında ilk sırada Türk gemilerinin olduğu dikkat çekmektedir. Türk gemilerini sırasıyla Avusturya, İngiliz, Rus, Yunan, Sardinya gemileri takip etmektedir. Diğer ülkelerin gemi sayısı ile karşılaştırıldığında, Samsun limanına gelen Rus gemilerinin sayısının oldukça az olduğu ve Rusya'ya ait olan gemilerin kentin limanından sadece ithalat yaptıkları ancak ihracat yapmadıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca Rusya'nın 18. yüzyılın sonunda imzalanan Küçük Kaynarca Antlaşması ile diğer Batılı devletler karşısında elde ettiği kimi ekonomik imtiyazlar ile (Bostan, 1995:358) özellikle 19.yüzyılda Osmanlı Devleti'nin aleyhine olacak şekilde bölgede sahip olduğu siyasi ve askeri nüfuz göz önünde tutulduğunda, bunu en azından Samsun limanı özelinde, ekonomik alanda gerçekleştirmediği ve bu anlamda İngiltere ve Avusturya gibi Batılı devletlerin oldukça gerisinde kaldığı şeklinde yorumlanabilir. Samsun'da konsolos yardımcısı olarak görev yapan, Stevens tarafından yazılan 1842 yılına ait bir raporda, Avusturyalıların hem ithalat hem de ihracat rakamları bakımından ilk sırada yer aldığı belirtilmektedir. Stevens'a göre, bunun en önemli nedeni, Samsun limanına Avusturya'ya ait gemilerin düzenli gemi seferleri yapması ile Karadeniz ticaretinde uzmanlaşmış bir gemi şirketlerinin olmasıdır. Osmanlı limanlarında en etkili olan vapur kumpanyası Avusturya Lloyd şirketi idi. Bu şirket, Karadeniz ve Akdeniz hattının yanında Tuna yolu ile İstanbul'a kadar uzattığı seferleriyle hızla büyümüş ve büyük bir ticaret filosu kurmuştu. Şirket gerek Trabzon-Tuna gerekse İstanbul-Trabzon arasındaki güzergâhta en önemli vapur şirketi haline gelmişti. Buna bağlı olarak, Samsun, hem sahip olduğu ticari ve ekonomik potansiyel hem de bu hat üzerinde bir ara liman ve istasyon işlevi görmesi bakımında önemli bir işleve sahipti. Örneğin, 1841 yılında Samsun limanına uğrayan 97 gemiden 59'u Osmanlı, 34'ü Avusturya ve 3'ü Rus bandıralı idi (Ekinci, 2007:116). Avusturyalıları takip edenler ise, Türklere'dir. Zira Lloyd şirketinin yanı sıra, 1840'lı yıllarda Karadeniz hattında Osmanlı bayrağı taşıyan iki gemi daha seferler yapmaktaydı. Osmanlı bandıralı vapurlar ücretlerde uyguladıkları indirimle bağlı olarak Avusturya vapurlarına ciddi bir rakip olmayı başarmışlardı (Baskıcı, 2005:69). Yine Osmanlı resmi ve özel kuruluşları da devreye girerek, yabancı bandıralı gemiler yanında, Osmanlı bandırası ile sefer yapan resmi veya özel şirketlere ait olan gemiler de birlikte faaliyet göstermişlerdir (Kütükoğlu, 1995:166).

Hommaire'e paralel olarak, Stevens da Rusların Samsun kentine karşı göstermiş oldukları ilgisizliğin şaşırtıcı olduğunu, ancak büyük bir olasılıkla, bu durumun onların ihtiyaçlarının önemli bir kısmını Karadeniz'deki diğer limanlar aracılığı ile karşılamaları ile ilişkili olabileceğini ileri sürer (Köse, 2013: 105).

Çarşamba

Hommaire 12 Ağustos Perşembe günü saat 05: 55'te Samsun'dan ayrılarak Çarşamba'ya doğru yola çıkar. Seyyah ilk olarak burnun diğer tarafına geçmek için çakıl taşlarının olduğu bir yolu takip ederek bir tepeye çıktıklarını söyler. Ardından hızlıca İris (Yeşilirmak) deltasının iç kısımlarına girdiklerini ve bu deltasının, tütün, mısır tarlalarının olduğu güzel ovalar ile yeşillikli ormanlara sahip bir yer olduğunu yazar. Devam eden satırlarda, Çarşamba'nın fiziki yapısına dair bazı bilgiler aktarır. Bu bağlamda, Çarşamba'nın Yeşilirmak'ın sol kıyısında çok hoş ve toprakları işlenmiş bir ovanın içerisine doğru uzandığını ve ağaçların arasında dağınık bir şekilde bulunan evlerin, insan üzerinde huzurlu bir izlenim yarattığına vurgu yapar. Daha sonra kasabada bulunan Türklerin ikamet ettiği sokakların, Rumların ve Ermenilerin yaşadıkları sokaklarla bir köprü vasıtasıyla iletişim kurduklarını belirtir (Hommaire, 1854:363). 19. yüzyılın başlarında, sahil şeridini takip ederek, Çarşamba'ya gelen Kinneir, Çarşamba'nın yeşillikler içinde bir yer olduğunu ve ancak kasabaya girdiklerinde bir yerleşim birimine geldiklerini fark ettiklerinin altını çizer. Hommaire gibi, Çarşamba'nın yeşillikler içinde Yeşilirmak'ın kıyısında kurulmuş

olduğunu ve bu ırmağın batı tarafında Rumların, doğu tarafında ise Türklerin ikamet ettiğini belirtir. Ayrıca Yeşilirmak'ın kuzey istikametinde aktığını ve yaklaşık olarak 10 mil ötede bir körfeze karıştığı bilgisini verir. Kinneir ayrıca Çarşamba'yı bir şehir görüntüsü çizmekten uzak bir yer olarak betimler (Kinneir, 1818:310; Kuş, 2016:234-236). 1817-1819 yılları arasında Karadeniz kıyılarını dolaşan Bijişkyan, Çarşamba'nın Yeşilirmak'ın kıyısından dört saatlik mesafede içeride kurulu olduğunu söyler (Bijişkyan, 1998:72-73). Ayrıca bu nehrin ağzının bir liman gibi geniş olmasına rağmen oldukça sığ olduğunu belirtir.

Seyyah daha sonra bölgenin idari yapısına yönelik bilgiler sunar. Ona göre, Canik olarak adlandırılan sancak, Trabzon eyaletine bağlıdır ve uzun yıllar ayan ailesine mensup kişiler tarafından yönetilmiştir. Bu ayanlar, Avrupa'daki baronların sahip olduğu feodal haklara sahiptirler ve Asya'nın bu bölgesinde, inanılmaz bir bağımsızlığa sahiplerdir. Birbirleri ile anlaşmazlığa düştüklerinde de aralarında kanlı çatışmalar meydana gelmektedir. Haznedaroğlu ailesinden olan Süleyman Paşa, Canik sancağının idaresini ele geçirmiş ve Osmanlı Devleti tarafından Trabzon vilayetinin yönetimi kendisine verilmiştir. Süleyman paşanın ölümünden sonra, yerine oğlu Osman Paşa geçmiş ve bu babadan oğula geçen yönetim şekli, 1840'lı yıllara kadar devam etmiştir. Fakat bu tarihten sonra, devlet bu ailenin sahip olduğu nüfuz ve güçten rahatsızlık duyarak, Haznedaroğlu ailesinden olan Paşayı görevinden azletmiş ve yerine Hacı Ahmet paşayı göreve getirmiştir. Böylece Ahmet Paşa da Haznedarlara ait devasa zenginliği kendi elinde toplamaya başlar ve sancağın yarısı onun olur (Hommaire, 1854:363). Hommaire'in de 19. yüzyılda bölgeye gelen diğer seyyah ve araştırmacılar gibi, bölgenin idari yaşamı üzerinde etkili olan bu yapıya karşı ilgisiz kalmadığı anlaşılmaktadır. Ancak Osmanlı topraklarına gelen bazı seyyah ve araştırmacılar genellikle bu ayan unsurlarını Avrupa'daki feodal sistem ile mukayese etmekte ve onları derebeyi olarak adlandırmaktadır (Kuş, 2018:121). Fakat onların, Osmanlı Devleti'nin kendine özgü koşulları içinde ortaya çıkan bu yapıyı derinlemesine analiz etmeden yüzeysel bilgiler aktardıkları belirtilmelidir. Zira seyyahın da belirttiği gibi, 18. yüzyılın sonları ile 19. yüzyılın başlarında merkezi otoritenin zayıflamasından dolayı iç ayaklanmalar ortaya çıkmış ve güçlü hanedan aileleri arasında bölgeyi ele geçirme mücadelesi başlamıştır. Bölgedeki merkezi otorite ancak II. Mahmud döneminin ortalarına doğru tesis edilebilmiştir (İpek, 2012:214). Seyyahın sözünü ettiği, bölgenin ünlü ayan ailesi Haznedaroğullarına mensup Süleyman Ağa'ya diğer ayan unsurlarına karşı devletin yanında yer aldığı için, 1808 yılında Canik muhasıllığı görevi verilmiş ve o bu görevi vefat ettiği 1818 yılına kadar sürdürmüştür. Onun ölümünden sonra, Haznedaradeler, geçici bir süre Canik sancağının yönetiminden uzaklaşmışlar ve daha sonraki yıllarda oğulları Osman ve Abdullah Beyler, paşa unvanıyla bölge yönetimini tekrar ellerine geçirmişlerdir. 1826 yılında ailenin Karadeniz bölgesinin idaresini tekrar ele geçirdiği ve bu bağlamda Osman Bey'in hem Canik muhasıllığı hem de Trabzon valiliği görevini birlikte yürüttüğü görülmektedir. Onun 1841 yılında ölmesinin ardından, kardeşi Abdullah Bey Trabzon valiliği görevine getirilmiş ve aynı zamanda Canik muhasıllığı görevini de uhdesine almıştır. Ancak Tanzimat'la birlikte idari teşkilatta yapılan reformlar nedeniyle, Abdullah Paşa Şubat 1846'da valilik ve muhasıllık görevlerinden alınmıştır (Karagöz, 2012:146-150; Köse, 2014:24-25; Saydam, 2005:292-295; Bay, 2008:67-85; Karagöz, 2009:12-23). Yirmi yılı aşkın bir süre görev yapan ve Doğu Karadeniz bölgesinde hem toplumsal tabanda hem de yerel hanedanlar üzerinde etkili bir otoriteye sahip olan Hazinedarzâdelerin valilikleri sırasında Babîâli, Tanzimat'ın uygulanmasına yönelik bazı çalışmalar yapmış, fakat Osman Paşa ile Abdullah Paşa'nın yeni uygulamalara taraftar olmamaları başarı elde edilmesini engellemiştir. Aslında Abdullah Paşa'nın azledilmesi, Tanzimat'ın Trabzon'da tatbik edilmesi için merkezî hükümete bir fırsat vermiş oldu (Saydam, 2005:295). Nitekim Hommaire'in bölgeyi ziyaret ettiği esnada Canik'in yönetiminde, artık Haznedaradeler bulunmamaktadır. Abdullah Paşa'nın azledilmesinden sonra, Canik sancağı mutasarrıflığına, Hommaier'in de sözünü ettiği gibi, Hacı Ahmet Paşa* getirilmiştir. Hacı Ahmet Paşa, bu görevini Diyarbakır kaymakamlığına tayin edildiği 1848 yılına kadar sürdürmüştür (Karagöz, 2012:150). Dolayısıyla Hommaire'in Hacı Ahmet Paşa özelinde bölgedeki yönetim anlayışına dair verdiği bilgilerin, aslında uzun yıllar bölgenin yönetimini ellerine geçiren siyasi ve ekonomik nüfuz elde eden ve bu nüfuzu kullanarak yeniliklerin hayata geçirilmesini istemeyen ayan ailelerinin bölgedeki etkinliklerini kaybetmelerine bağlı olarak, merkezi hükümet tarafından bu ailelerle herhangi bir ilişki olmayan idarecilerin atanması ve bu şekilde Tanzimat reformlarının bölgede hayata geçirilmesinin olumlu yansımalarını göstermesi açısından önemli olduğu söylenebilir.

*Eyice, Hommaire'in gezi notları üzerine yaptığı bir çalışmada Hacı Ahmet Paşa'nın Haznedaroğulları ailesine mensup olduğunu söyler. Ancak kaynaklarda Hacı Ahmet Paşa'nın merkezi hükümet tarafından Canik'e gönderilen ilk mutasarrıf olduğu bilgisi yer almaktadır (1963).

Hommaire ve ekibi, Çarşamba'da kendilerine lezzetli reçeller ile meyvelerden oluşan kahvaltının verildiği oldukça geniş rahat bir evde konaklarlar. Daha sonra seyahati esnasında yanında bulunan ressam Laurens ve bir çevirmenle birlikte akşam Hacı Ahmet Paşa'yı ziyaret ederler. Seyyah bu ziyarete dair izlenimlerine de eserinde yer verir. O, sütunları olan tavanı ve süslemelerle bezenmiş bir salonda hızlı bir şekilde paşaya takdim edildiklerini aktarır. Paşanın sürekli oturduğu dar ve alçak olan ahşaptan yapılmış divanın bulunduğu odanın muhteşem görünümlü bir tırazanla evin kalan diğer bölümlerinden ayrıldığını, fakat onları asıl şaşırtan şeyin, evin mobilyalarının tamamen Avrupalı tarzda olması olduğunu ve sadece sedirlerin, vazoların ve halıların doğu tarzının estetik zevkini yansıttığını belirtir. Bazı eşyalar da bir paşanın evinde bulmayı tasavvur ettikleri eşyalar gibi değildir. Ancak konağın mimari üslubu ve süslemeleri, evin döşenme şeklinin bayağılığını gölgelemektedir. Hommaire bölgenin ünlü Haznedarzade ailesine mensup Abdullah Paşa'nın azledilmesinden sonra, Canik'e atanan ilk mutasarrıf olan Hacı Ahmet Paşa'nın dikkat çekici kimi özelliklerine de gözlem ve incelemelerinde yer verir. Seyyah bu konuda şunları söyler:

Hacı Ahmet Paşa'nın bizi ağırladığı gibi, başka bir yerde iyi bir şekilde misafir edilmek imkânsızdı. Paşa hiç şüphesiz beni birkaç gün daha Çarşamba'da alkoymak istiyordu ve Bay Laurens'in kendisinin portresini çizme isteğini de kibarlıkla kabul ediyordu. Genç olmasına rağmen, titrek ve zayıf sesi onu yaşlı birisi gibi gösteriyordu. Kemeriyle belini saran Polonya tarzı redingotu giyiyordu ve ülkesinin geleneklerine pek itibar etmiyor gibi görünüyordu. Dindar birisi olduğu söyleniyordu ve bu durumu kanıtlayan şey, bizzat farz olan Mekke'ye hac ziyaretini yapmış olmasıydı. Son günlerde kafasındaki tek fikir, halkını korumak, şehrin etrafında atla gezinmek ve halkın taktığı fesin üzerine mavi ipek püskül taktırmaktı. Paşanın çok değerli, genç İtalyan doktoru, bu saçma emri iptal ettirdi ve aslında paşanın bütün eylemleri iyi niyetli ve insanca idi. Sonuç olarak, bu, şimdi kendisinin de güldüğü önemsiz bir zafiyetti. Paşanın karısı, güçlü, çirkin, iri cüsseli bir görünüme sahipti. Bütün zamanını ayaklarını temizletmek, sigara içmek, yemek ve uyumakla geçirmekteydi (Hommaire, 1854:365).

Seyyah Çarşamba'nın nüfusuna dair de kısa bilgiler verir. Ona göre, burada Türklere ait 1200 hane, Ermenilere ait 200 hane ve Rumlara ait de 100 hane vardır (Hommaire, 1854, s. 363). 19. yüzyılın ilk çeyreği için, Kinneir, Çarşamba'da Türklerin 500 hane, Rumların ve Ermenilerin ise 50 hane kadar olduklarını söyler. Klasik hesaplama yöntemine göre, her hanenin beş kişiden oluştuğu varsayılırsa, kabaca Türklerin nüfusunun 2500, Rumların ve Ermenilerin de 250 kişi olduğu söylenebilir. Seyyahın verdiği bilgilerden yola çıkarak, Çarşamba'nın 19. yüzyılın başında Samsun'da olduğu gibi yoğun bir nüfusa sahip olmadığı görülmektedir. Ayrıca seyyahın verdiği bilgilerden, Müslüman nüfusun gayrimüslim nüfusun beş katı olduğu dikkat çekmektedir (Kuş, 2016: 236). Dolayısıyla hem Kinneir'in hem de Hommaire'in kasabanın nüfusuna dair verdiği sayısal tahminlerden, 19. yüzyılda Çarşamba'nın nüfusunun artış gösterdiğini belirtmek gerekir. Bu nedensiz değildir. Nitekim Canik'in özellikle 19. yüzyılda tüm dünyada meydana gelen gelişmelere koşturarak siyasi, askeri, stratejik ve ekonomik bakımdan önem kazanması, Çarşamba'nın da bir pazar yerinden yerleşim birimi olmaya doğru şekillendiği görülmektedir. 18. yüzyılda Arim kazası veya Erim olarak adlandırılan yer, artık resmi yazılarda "Çeharşanba kasabası" olarak geçmektedir. Böylece 18. yüzyılda bir kasaba olarak ortaya çıkan Çarşamba yavaş yavaş büyümeye başlayacaktır. Kasabanın büyüme eğilimi içine girmesi ve zamanla bağlı olduğu Canik sancağının önemli kazalarından biri olmasında, bölgenin sahip olduğu verimli topraklar ile buralardan elde edilen ürünlerin alınıp satıldığı pazar yeri olmasının önemli bir rolü olmuştur (Köse, 2014:17).

SONUÇ

Fransız coğrafyacı ve mühendis olan Hommaire, biri 1835 yılında diğeri ise 1846-1847 yılında olmak üzere iki kez Osmanlı topraklarına gelir. Seyyah, 1846-1847 yılında yaptığı ikinci seyahatini, Fransız hükümetinin kendisini Karadeniz'in güney kıyılarında bazı tetkik ve incelemeler yapması için görevlendirmesi ile gerçekleştirmiş ve bu seyahati sırasında güzergâhı üzerinde bulunan Alaçam, Bafra, Samsun ve Çarşamba'da da bulunmuştur. Onun bölgeye dair verdiği bilgiler değerlendirildiğinde, seyyahın coğrafyacı ve mühendis olması nedeniyle, genel olarak dikkatini bölgenin fiziki yapısı üzerinde yoğunlaştırmakla birlikte idari ve sosyal dokusuna ilişkin de bilgiler vermektedir. Ancak onun, Samsun'un nüfusuna dair verdiği sayısal tahmin, kentin o dönemki nüfusu ile örtüşmemektedir. Fakat bölgenin etrafındaki bataklıklar nedeni ile sıtma hastalığı ile ünlü olduğunu söylemesi ve bu hastalığın pek çok ölüme sebebiyet verdiği şeklinde aktardığı bilgiler nesnelidir.

Gezgin ayrıca Fransız hükümeti adına bölgeye gelmiş olduğu için, kendi ülkesinin ticari ve ekonomik çıkarlarını gözetmek adına Samsun'un ticari ve ekonomik yaşamı üzerine de yoğunlaştığı dikkat çekmektedir. Onun özellikle 1839 yılında Avusturya buharlı gemileri ile Samsun'dan ihraç edilen tarım ürünleri ve bunların miktarına dair verdiği bilgiler, bu ülkenin bölgede ticari ve ekonomik bakımdan oldukça etkin olduğuna işaret ettiğini göstermesi bakımından önemlidir. Ayrıca bu veriler, 1838 yılında imzalanan Balta Limanı Antlaşmasının hemen akabinde Samsun limanının artan ticari potansiyelini ve önemini de ortaya koyması açısından da değerlidir. Hommaire'in Samsun'un artan ticari ve ekonomik canlılığına bağlı olarak, kentte hangi konsoloslukların bulunduğu dair de bilgiler verir. Ancak onun kentte bir Avusturya konsolosunun bulunduğu yönünde verdiği bilgi, bazı çalışmalarda, Avusturya'nın bu yönde teşebbüsleri olmasına rağmen, ancak 1851 yılında kentte bir konsolosluk kurabildiğini göstermektedir. Buna ek olarak, seyyahın, İngilizlerin yaptıkları ithalat ve ihracat rakamlarına dair verdiği sayısal verilerin de İngiltere'nin bölgedeki ticari etkinliklerine ışık tuttuğu söylenebilir. Yine Hommaire'in 1846 yılında Samsun limanına gelen ülkelerin gemi sayısı, bu gemilerin yaptıkları ithalat ve ihracatın Sterlin olarak miktarlarını gösteren tabloda, Türk bandıralı gemi sayısının, diğer yabancı bandıralı gemi sayısından fazla olduğu dikkat çekmektedir. Bu sayısal veri, Osmanlı bandıralı gemilerin bölgedeki ticari potansiyeline duyarsız kalmadıklarına işaret ettiği söylenebilir. Tabloda dikkat çeken bir başka nokta ise, siyasi ve askeri bir güç olarak bölgeden kendini güçlü olarak hissettiren Rusya'nın gemi sayısının oldukça düşük olduğudur.

Seyyah ayrıca herhangi bir hanedan ailesi ile ilişkisi olmayan ve Canik'e merkezden atanan ilk mutasarrıf olan Hacı Ahmet Paşa üzerinden Tanzimat sonrası bölgedeki yönetim anlayışındaki değişimleri anlamamıza yardımcı olacak önemli bilgiler de aktarır. Zira seyyahın aktardığı bilgilerden, Abdullah Paşa'nın 1846 yılında azledilmesinden sonra, yeniliklerin karşısında merkezi hükümete direnç gösteren ayan ailelerin idareden el çektilerleriyle, bölgedeki yönetim anlayışında olumlu değişimler gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Zira seyyah Bafra'ya geldiği andan itibaren, bölgedeki adil yönetim anlayışından ve Hacı Ahmet Paşa sayesinde yapılan yollardan bahsederek, yeniliklerden övgü ile söz etmektedir.

KAYNAKÇA

1- Arşiv kaynakları

Başbakanlık Osmanlı Arşivi

Cevdet Tasnifi Evkaf (BOA. C. EV.), 147/7314.

Hariciye Nezareti Mektubî Kalemi Belgeleri (BOA. HR. MKT.), 24/9

Meclis-i Vâlâ Riyaseti Defterleri (BOA. MVL), 73/59.

2- Telif eserler ve makaleler

Ainsworth, W. F. (1842). *Travels and Researches in Asia Minor, Mesopotamia, Chaldea And Armenia*. John W. Parker, London.

Baskıcı, M. M. (2005). *1800-1914 Yıllarında Anadolu'da İktisadi Değişim*. Turhan Kitabevi, Ankara.

Bay, A. (2008). "Canik Muhassıllığı İçin Yapılan Siyasî Mücadeleler", *Karadeniz Araştırmaları*, 19, 67-85.

Baykara, T. (1988). *Anadolu'nun İdari Tarihi Coğrafyasına Giriş I: Anadolu'nun İdari Taksimatı*, Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü, Ankara.

Bayraktar, S. (2005). *Samsun ve İlçelerinde Türk Mimari Eserleri*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Baytal, Y. (2013). "Samsun Limanı İnşası", *Tarih Boyunca Karadeniz Ticareti ve Canik I*, (Ed:O. Köse), Canik Belediyesi Kültür Yayınları, Samsun.

Bişşıkyan, P. M. (1998). *Pontos tarihi*, 2. Baskı, (Çev: H. Andreasyan), Çiviyazıları, İstanbul.

Bostan, İ. (1995). "Rusya'nın Karadeniz'de Ticarete Başlaması ve Osmanlı İmparatorluğu" (1700-1787), *Belleter*, 69(225), 353-394.

Bryer, A. & Winfield, D. (1985). *The Byzantine Monuments and Topography Of Pontos*, (Cilt I), Edmondsbury Press, Washington D.C

Çadırcı, M. (1988). "Tanzimat'ın Karadeniz'de Uygulanması". *I. Tarih Boyunca Karadeniz Kongresi Bildirileri*, (Ed: M. Sağlam ve diğerleri), Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Samsun.

- Çağlayan, K. T. (2006). "İngiliz Konsolosluk Raporlarına Göre 1841 Yılında Samsun Ve Çevresinde Ticaret", *Geçmişten Geleceğe Samsun Sempozyumu*, (Ed: C. Yılmaz), Büyükşehir Belediyesi Yayınları, Samsun.
- Çapraz, H. (2012). "19. Yüzyılda Rusya'nın Karabağ Politikası", *Belgi*, 3, 231-240.
- Darkot, B. (1967). "Samsun", *İslâm Ansiklopedisi*, 10, 172- 176.
- Diğiroğlu, F. (2011). *XIX. Yüzyıl Karadeniz'inde Yeni Bir Ticari Merkez: Samsun*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ekinci, E. (2007). "19. Yüzyılın İkinci Yarısında Samsun'da Deniz Ulaşımı", *Geçmişten Geleceğe Samsun II* (Ed:C. Yılmaz), Büyükşehir Belediyesi Yayınları, Samsun
- Erler, Y. & Edinsel, K. (2011). "Samsun'da Tütün Üretimi (1788-1919)", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(8), 231-247.
- Etensel İldem, A. (2000). *Fransız Gezginlerin Gözüyle Türkler ve Yunanlılar*. Boyut Yayın Grubu, İstanbul.
- Eyice, S. (1963). "X. Hommaire de Hell ve Ressam Jules Laurens, Müşterek Türkiye Seyehatnamelerinin Değerlendirilmesi Yolunda Bir Araştırma". *Bellekten*, 27(105), 59-88
- Helmuth Von, M. (1969). *Moltke'nin Türkiye Mektupları*, (Çev:H. Örs), Remzi Kitabevi, İstanbul
- İpek, N. (1999). "Canik Sancağının Nüfusuna Dair Bir Değerlendirme", *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(1), 35-51.
- İpek, N. (2006). İmparatorluktan Ulus Devlete Göçler. Serander Yayınları, Trabzon.
- İpek, N. (2012). "Kuruluşundan Cumhuriyet'e Canik Sancak Merkezi Samsun Şehri", *İlkçağ'dan Cumhuriyete Canik*, (Ed:C. Yılmaz), Canik Belediyesi Kültür Yayınları, Samsun.
- İpek, N. (2018). *Canik ve Göç*, Canik Belediyesi Yayınları, Samsun.
- Karagöz, R. (2006). "II. Meşrutiyet Döneminde Canik Sancağında İdari Yapılanma", *Geçmişten Geleceğe Samsun I*, (Ed: C. Yılmaz), Büyükşehir Belediyesi Yayınları, Samsun.
- Karagöz, R. (2009). *Karadeniz'de bir hanedan kurucusu Haznedarzade Süleyman Paşa*, Etüt Yayınları, Samsun.
- Karagöz, R. (2012). "Canik'in İdari Yapısı ve İdarecileri", *İlkçağdan Cumhuriyete Canik*, (Ed: C. Yılmaz), Canik Belediyesi Kültür Yayınları, Samsun.
- Kinneir, J. M. (1818). *Journey through Asia Minor, Armenia and Koordistan in the Years of 1813 And 1814*, John Murray, London.
- Köse, M. Z. (2013). "XIX. Yüzyılın Ortalarında Samsun Limanı'nda İthalat ve İhracat", *Tarih Boyunca Karadeniz Ticareti ve Canik* (Ed:O. Köse), Canik Belediyesi Kültür Yayınları, Samsun.
- Köse, O. (2012). "Canik'in Osmanlılara Geçişi Ve Canik'te İktisadi Yaşam", *İlkçağdan Cumhuriyete Canik*, (Ed:C. Yılmaz), Canik Belediyesi Kültür Yayınları, Samsun.
- Köse, O. (2014). "Onsekizinci Yüzyılda Çarşamba", *Çarşamba Araştırmaları* (Ed:C. Yılmaz), Çarşamba Belediyesi Kültür Yayınları, Samsun.
- Kuş, A. (2016). *Batılı Seyyah Araştırmacılara Göre 19. Yüzyılın İkinci Yarısında Doğu Karadeniz Bölgesi*. Canik Belediyesi Kültür Yayınları, Samsun.
- Kuş, A. (2016). "Kinneir'in Samsun-Tirebolu Yol Güzergâhındaki İzlenimleri", *Yabancı Seyahatnamelerde Türkiye*, (Ed: M. Ç. Özdemir ve Y. E. Tekinsoy), Türk Yurdu Yayınları, Ankara.
- Kütükoğlu, M. (1995). "Osmanlı Buharlı Gemi İşletmeleri Ve İzmir Körfezi Hamidiye Şirketi, Çağını Yakalayan Osmanlı", *Osmanlı Devleti'nde Modern Haberleşme ve Ulaşım Teknikleri*, (Ed: E. İhsanoğlu ve M. Kaçar), İslam Tarih, Sanat ve Kültür Araştırma Merkezi, İstanbul.
- Kütükoğlu, M. S. (2013). *Balta Limanı'na Giden Yol Osmanlı-İngiliz İktisâdî Münâsebetleri (1580-1850)*. Türk Tarih Kurumu, Ankara.
- Mordtman, A. D. (1925). *Anatolian Skizzenn Und Reisebriefe Aus Kleinasien*, (Ed: F. Babinger), Biblio Verlag, Hanover.
- Öz, M. (1999). *XV.-XVI. yüzyıllarda Canik Sancağı*, Türk Tarih Kurumu, Ankara.
- Pınar, İ. (2001). *Hacılar, Seyyahlar, Misyonerler ve İzmir: 1608- 1918*, İzmir Yayıncılık, İzmir.

- Quatert, D. (2004). "19. yüzyıla Genel Bir Bakış Islahatlar Devri (1812-1914)". *Osmanlı İmparatorluğu'nun Sosyo-Ekonomik Tarihi II*, (Çev:Süphan Andıç), ErenYayıncılık, İstanbul.
- Saydam, A. (2005). "Trabzon'un İdarî Yapısı ve Yenileşme Zarureti (1793-1851)", *Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi*, 18, 285-317.
- Serbestoğlu, İ. (2015). *Canik Sancağı, (1863-1865)*. Huzur Yayınevi, Malatya.
- Serbestoğlu, İ. (2015). "Tanzimat Döneminde Samsun Limanı Projeleri", *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5(12), 103-118.
- Strabon (1969) *Coğrafya, Kitap XII, Bölüm I-II-III*, (Çev: A. Pekman). İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, İstanbul.
- Tellioglu, İ. (2011). "Osmanlı Hâkimiyetine Kadar Canik", *İlkçağdan Cumhuriyete Canik*, (Ed: C. Yılmaz), Canik Belediyesi Kültür Yayınları, Samsun.
- Tsetschladze, G. (1994). "Greek Penetration of The Black Sea", *The Archeology of Greek Colonisation*, (Ed:G. R. Tsetschladze and F. De Angelies), Oxford University Committee for Archeology Press, Oxford.
- Usta, V. (2013). "Trabzon'dan Söz Eden Seyahatnameler Hakkında Bir Değerlendirme", *Türk Yurdu*, 310 (33), 198-203.
- Uzun, A. (2002). *Tanzimat ve Sosyal Direnişler*, Eren Yayıncılık, İstanbul.
- Üçel-Aybet, G. (2003). *Avrupalı Seyyahların Gözünden Osmanlı Dünyası ve İnsanları (1530-1699)*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Van Lennep, H. J. (1870). *Travels in The Little- Known Parts of Asia Minor I*, John Murray, London.
- Yerasiomos, S. (1991). *Les Voyageurs Dans l'Empire Ottoman (XV-XVI Siecles)*, Türk Tarih Kurumu, Ankara.
- Yılmaz, Ö. (2014). "Samsun'da Fransız Konsoloslğunun Kurulması ve Fransız Arşiv Belgelerine göre Şehrin Durumu", *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 8(16), 57-85.
- Yılmaz, Ö. (2006). *Batılı Seyyahlara Göre Trabzon (1808- 1878)*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Yılmaz, Ö. (2012). *Tanzimat Döneminde Trabzon*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Yılmaz, Ö. (2015). "Fransız Arşiv Belgelerine göre 20. Yüzyılın Başında Samsun Limanı", *Belleten*, 79(286), 1040-1072.
- Yolalıcı, M. E. (1998). *XIX. Yüzyılda Canik (Samsun) Sancağı'nın Sosyal ve Ekonomik Yapısı*, Türk Tarih Kurumu, Ankara.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:23.03.2021 ✓Accepted/Kabul:20.04.2021

DOI:10.30794/pausbed.901886

Araştırma Makalesi/ Research Article

Üstün, B. (2021). "Eine Analyse der Zwischen 2015-2020 Verfassten Master und Promotionsarbeiten in den Abteilungen für Deutschlehrerausbildung in der Türkei", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 33-44.

EINE ANALYSE DER ZWISCHEN 2015-2020 VERFASSTEN MASTER- UND PROMOTIONSARBEITEN IN DEN ABTEILUNGEN FÜR DEUTSCHLEHRERAUSBILDUNG IN DER TÜRKEI

Bilal ÜSTÜN*

Zusammenfassung

In dieser Studie sollen Postgraduiertenarbeiten untersucht werden, die zwischen 2015 und 2020 in den Abteilungen für Deutschlehrerausbildung verfasst wurden. Zu diesem Zweck wurde in dieser Studie die Inhaltsanalyse, eine der qualitativen Forschungsmethoden, angewendet. Als Datenquelle für die Forschung diente das elektronische System „Nationales Zentrum für Master- und Doktorarbeiten“ des türkischen Hochschulrats. In der Studie wurden postgraduale Abschlussarbeiten der Abteilungen für Deutschlehrerausbildung analysiert, die zwischen 2015 und 2020 im Nationalen Zentrum für Master- und Doktorarbeiten veröffentlicht und unter der Kategorie „Lehrstuhl für Fremdsprachendidaktik“ aufgelistet wurden, des Weiteren wurden sie mit statistischen Methoden dokumentiert. Bei der allgemeinen Bewertung der zwischen den Jahren 2015 und 2020 im Fachbereich „Deutsch als Fremdsprache“ durchgeführten postgradualen Arbeiten wurden insgesamt 113 Arbeiten aufgefunden. 82,3% der schriftlichen Arbeiten sind Masterarbeiten und 17,7% Promotionsarbeiten. 51,3% der durchgeführten Abschlussarbeiten wurden auf Türkisch und 48,7% auf Deutsch verfasst.

Schlüsselwörter: *Deutschlehrerausbildung, Master, Promotion, Postgraduales Studium.*

TÜRKİYE’DE ALMAN DİLİ EĞİTİMİ PROGRAMLARINDA 2015-2020 YILLARI ARASI YAZILMIŞ LİSANSÜSTÜ TEZLERE YÖNELİK BİR İNCELEME

Öz

Bu çalışmada 2015-2020 yılları arası Alman Dili Eğitimi programlarında yazılmış lisansüstü tezlerin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi kullanılmıştır. Araştırma verileri elektronik ortamda toplanmıştır. Araştırmada veri kaynağı olarak Yükseköğretim Kurulu Başkanlığının resmi “Ulusal Tez Merkezi” sistemi kullanılmıştır. Araştırmada 2015-2020 yılları arası, Ulusal Tez Merkezinde yayınlanan ve “Yabancı Dil Öğretimi Anabilim Dalı” kategorisi altında yer alan, Alman Dili Eğitimi programlarında yazılan lisansüstü tezler incelenerek istatistiksel yöntemlerle raporlaştırılmıştır. 2015-2020 yılları arası Alman Dili Öğretimi Anabilim dalında yapılmış olan lisansüstü çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde toplam 113 lisansüstü çalışmaya rastlanmıştır. Yazılan 113 tezin %82,3’ü Yüksek Lisans, %17,7’si ise Doktora tezi olarak yazılmıştır. Tezlerin yazım dili incelendiğinde %51,3’lük kısmın Türkçe, %48,7’lik kısmın ise Almanca yazıldığı belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: *Alman dili eğitimi, Yüksek lisans, Doktora, Lisansüstü.*

*Öğr. Gör. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, NEVŞEHİR.
e-posta:bustun@nevsehir.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9490-3109>

EINLEITUNG

Das Beherrschen einer Fremdsprache hat in der heutigen Welt, in der die Kommunikation zwischen Ländern und Gesellschaften intensiv ist, einen sehr wichtigen Platz. Auch wenn in der Türkei, zuerst an Englisch gedacht wird, wenn von Fremdsprachen die Rede ist, folgt hier an zweiter Stelle die deutsche Sprache. Deutsch wird in einigen Sekundarschulen als erste Fremdsprache, in vielen anderen, als zweite Fremdsprache und an Hochschulen als Wahl- oder Pflichtfach angeboten. Der obligatorische Deutschunterricht wird in der Regel in Vorbereitungsprogrammen für das Bachelorfach „Deutsch als Fremdsprache“ an den Abteilungen für Deutschlehrerausbildung erteilt. Dieses Fach wird in der Türkei an 16 Universitäten angeboten. Einige der Absolvent*innen dieser Programme arbeiten an öffentlichen Schulen, andere an privaten Grundschulen oder in verschiedenen Einrichtungen. Andere Absolvent*innen wenden sich dagegen, vor oder nach dem Beginn des Arbeitslebens, einem postgradualen Studium zu. „Das postgraduale Studium bezieht sich auf das Master- und Promotionsstudium auf der Grundlage des Bachelorstudiums, sowie auf die Eignungsarbeiten im Kunststudium und der Fachausbildung im Medizinstudium. Ziel des postgradualen Studiums ist es, Wissenschaftler, Forscher und Arbeitskräfte mit hohen Qualifikationen in jedem Arbeitszweig auszubilden, die das Land benötigt. In Artikel 3 / t des Gesetzes Nr. 2547 heißt es, dass die Graduiertenausbildung in ‚Master, Promotion, Fachwissen in Medizin und Eignung in Kunst‘ unterteilt ist (RG, 1981; zitiert nach Bozan, 2012: 181-182). Das postgraduale Studium ist umfassender als die Grundausbildung und ermöglicht die Spezialisierung auf diesem Gebiet durch Wissensproduktion“ (Karaman und Bakırcı, 2010). Das postgraduale Studium ist ein wichtiges Bildungsniveau für die Ausbildung von Akademikern und Führungskräften, die ein Mitspracherecht für die Zukunft eines Landes haben (Sevinç, 2001). Da Akademiker, die in verschiedenen Bereichen tätig sind, eine Schlüsselrolle bei der Entwicklung künftiger Generationen spielen, sollte eine hohe Qualität im postgradualen Studium bestimmt werden (Aydemir und Çam, 2015). Insbesondere wird Lehrkräften die Teilnahme an postgradualen Studium helfen, ihr Fachwissen zu vertiefen, sodass ihre Schüler*innen noch mehr profitieren. Es ist bekannt, dass Lehrkräfte in der Türkei, im Vergleich zu ihren Kolleg*innen in den europäischen Ländern, viel weniger einen Masterabschluss besitzen. Während in Österreich 59%, in Belgien 84%, in Polen 94% und in der Slowakei 96% der Lehrkräfte einen Masterabschluss besitzen, sind es in der Türkei 7% (MEB, 2010; wie nach Aydemir und Çam, 2015). Die Entwicklung des postgradualen Studiums in der Türkei geschah zwischen 1970 und 1972 nach dem Vorbild des US-amerikanischen Modells, der Promotion und des Masters. Als Voraussetzung wurde für den Abschluss das Verfassen einer Abschlussarbeit eingeführt. In der Zeit nach 1982 wurden Institute für die Master- und Promotionsstudiengänge eingerichtet, und in diesen Instituten wurden die Master- und Promotionsstudiengänge durch die Bestimmungen für die Graduiertenausbildung geregelt. Später, mit der Einführung des Masterabschlusses als Voraussetzung, hat das postgraduale Studium eine zweistufige Struktur erhalten (Bozan, 2012). Ziel des Masterstudiums, das einen Teil des postgradualen Studiums ausmacht, ist es, auf ihrem Gebiet spezialisierte Personen auszubilden, eine Grundlage für die Doktorandenausbildung zu schaffen und Einzelpersonen den wissenschaftlichen Prozess verständlich zu machen. Ziel der Doktorandenausbildung ist es, Wissenschaftler, Dozenten und Forscher auszubilden, die, die für die wirtschaftliche und technologische Entwicklung erforderlichen Grundlagenforschungen planen, durchführen, abschließen und veröffentlichen (Varis, 1972; zitiert nach Ünal und İlder, 2010). Bei der Recherche der jeweiligen Literatur wurde festgestellt, dass die Zahl der Arbeiten zum postgradualen Studium insbesondere in den letzten Jahren gestiegen ist. In der Studie Günays (2018) wird auf das Thema postgraduales Studium in der Türkei auf eine philosophische Art und Weise eingegangen und in der Studie Bozans (2012) wird beobachtet, dass das Thema „Qualität“ im postgradualen Studium behandelt wird. Einige Forscher greifen in ihren Studien Fragen zum postgradualen Studium in der Türkei auf und bieten Lösungen für Probleme an (Başer und Narlı, 2010; Karaman und Bakırcı, 2010; Sevinç, 2001). In anderen Studien wurden Arbeiten zur Meinung von Lehrkräften zu dem postgradualen Studium gefunden. Toprak und Taşğın (2017) erarbeiteten die Gründe von Lehrkräften, die kein postgraduales Studium absolvieren; Turhan und Yaraş (2013), die Beiträge von Graduiertenprogrammen zu Lehrkräften und Führungskräften; Adnan (2010), die Bewertung der Lehrerausbildung aus der Dimension vom Bachelorstudium und vom postgradualen Studium; Baş (2013), die Erwartungen der Lehrer*innen an das postgraduale Studium; Alabaş et al. (2012) den Stellenwert des postgradualen Studiums in der Karriereentwicklung von Lehrkräften; Bozpolat (2016) die metaphorischen Wahrnehmungen von Lehrkräften vor dem Dienst in Bezug auf das postgraduale Studium. Tanrikulu und Üstün (2020) untersuchten dagegen die Gründe für das Angehen eines postgradualen Studiums

von Masterstudent*innen des Faches „Deutsch als Fremdsprache“. Bei der Untersuchung der jeweiligen Literatur stößt man auch auf viele Studien zur Analyse von Postgraduiertenarbeiten (Alkan, 2014; Benligiray, 2009; Büyükkiz, 2014; Gürdal et al., 2010; Yılmazel, 2019). In dieser Studie dagegen sollen Postgraduiertenarbeiten untersucht werden, die zwischen 2015 und 2020 in den Abteilungen für Deutschlehrerausbildung verfasst wurden. Zu diesem Zweck wurden Antworten auf die folgenden Forschungsfragen gesucht:

1. Wie ist die Verteilung der Anzahl, der Sprachwahl, der Art der Arbeit, des Themengebiets, des akademischen Titels der Betreuer*innen und des Geschlechts der zwischen den Jahren 2015-2020 verfassten Master- und Doktorarbeiten im Fach „Deutsch als Fremdsprache“?
2. Wie ist die statistische Verteilung dieser schriftlichen Arbeiten nach Universitäten?

METHODE

Forschungsmodell

In dieser Studie wurde die Inhaltsanalyse, eine der qualitativen Forschungsmethoden, angewendet. Die Inhaltsanalyse „umfasst die Analyse schriftlicher Materialien, die Informationen über das Phänomen oder die Fakten enthalten, die untersucht werden sollen. Traditionell ist die Inhaltsanalyse als eine Methode bekannt, die von Historikern, Anthropologen und Linguisten verwendet wird“ (Yıldırım und Şimşek, 2016: 189). Die Inhaltsanalyse kann allein als ergänzende Methode verwendet und als systematische Methode zur Untersuchung elektronischer oder gedruckter Dokumente definiert werden (Bower, 2009; zitiert nach Koyuncu und Kılıç, 2019).

Datenquelle

Die Forschungsdaten wurden elektronisch gesammelt. Als Datenquelle für die Forschung diente das elektronische System „Nationales Zentrum für Master- und Doktorarbeiten“ des türkischen Hochschulrats. „Um einen Beitrag zur Wissenschaft zu leisten und wissenschaftliche Forschung und Aktivitäten zu unterstützen, ermöglicht das Nationale Zentrum für Master- und Doktorarbeiten des Hochschulrats den elektronischen Zugang zu Master –und Doktorarbeiten, im Rahmen der zusätzlichen Bestimmungen des Artikels 40 des Hochschulgesetzes Nr. 2547“ (Hochschulrat, 2021). Alle in den Universitäten der Republik Türkei verfassten Master- und Doktorarbeiten werden in der Datenbank „Nationales Zentrum für Master- und Doktorarbeiten“ archiviert. Es gibt auch wenige Master- und Doktorarbeiten, die von den Autor*innen nicht freigegeben werden. Alle Master- und Doktorarbeiten, die von den Verfasser*innen freigegeben worden sind, wurden in dieser Studie berücksichtigt.

Datenanalyse

In der Studie wurden postgraduale Abschlussarbeiten der Abteilungen für Deutschlehrerausbildung analysiert, die zwischen 2015 und 2020 im Nationalen Zentrum für Master- und Doktorarbeiten veröffentlicht und unter der Kategorie „Lehrstuhl für Fremdsprachendidaktik“ aufgelistet wurden, des Weiteren wurden sie mit statistischen Methoden dokumentiert. Es wurde im elektronischen System des Nationalen Zentrums für Master- und Doktorarbeiten die Option „Detaillierte Suche“ ausgewählt und die Kategorie „Lehrstuhl für Fremdsprachendidaktik“ als Abteilung markiert, somit wurden 829 Master- und Doktorarbeiten im PDF-Format vorgefunden. Unter den vorgefundenen Abschlussarbeiten wurden nur Arbeiten untersucht, die im Fach „Deutsch als Fremdsprache“ verfasst wurden. Arbeiten, die im Fach „Deutsch als Fremdsprache“ verfasst, aber nicht in die Kategorie „Lehrstuhl für Fremdsprachendidaktik“ im Nationalen Zentrum für Master- und Doktorarbeiten eingestuft wurden, wurden nicht in die Forschung miteinbezogen. Das SPSS 21-Paketprogramm wurde verwendet, um Statistiken zur Häufigkeit zu erhalten. Dementsprechend wurden verschiedene Variablen von Abschlussarbeiten mit Prozent- und Häufigkeitsberechnungen analysiert. Zur Analyse der verfassten Abschlussarbeiten wurde das vom Forscher gemäß dem Forschungszweck entwickelte und von Experten genehmigte Formular zur Analyse von Postgraduiertenarbeiten verwendet. Dieses Formular, indem die relevante Literatur untersucht und die Codes und Themen festgelegt wurden, wurde von der Analyse der Abschlussarbeiten vom Forscher erstellt. Mit dem erstellten Formular wurde versucht aufzuzeigen, wie viele Abschlussarbeiten im Fach „Deutsch als Fremdsprache“ in welchen Jahren verfasst wurden, welchem Geschlecht die Verfasser*innen

am häufigsten zugehören, welchen Arten und welchen Themengebieten die Abschlussarbeiten zugehören, welchen akademischen Titel ihre BetreuerInnen haben, welchen Universitäten sie angehören, welche Sprache beim Verfassen der Arbeit verwendet wurde.

BEFUNDE

Bei der allgemeinen Bewertung der zwischen den Jahren 2015 und 2020 im Fachbereich „Deutsch als Fremdsprache“ durchgeführten postgradualen Arbeiten wurden insgesamt 113 Arbeiten aufgefunden. 13,3% dieser Arbeiten stammen aus dem Jahr 2015; 9,7% aus dem Jahr 2016; 8,8% aus dem Jahr 2017; 8% aus dem Jahr 2018; 40,7% wurden im Jahr 2019 geschrieben und 19,5% wurden 2020 verfasst. 82,3% der schriftlichen Arbeiten sind Masterarbeiten und 17,7% Promotionsarbeiten. 51,3% der durchgeführten Abschlussarbeiten wurden auf Türkisch und 48,7% auf Deutsch verfasst. 22,1% dieser Arbeiten wurden von Juniorprofessoren (Assistant Professoren), 24,8% von Associate Professoren und 53,1% von Professoren betreut. Jeweils 16,8% der Arbeiten wurden an der Universität Trakya und an der Universität Ondokuz Mayıs; 13,3% an der Gazi Universität; 10,6% an der Hacettepe Universität; 8% an der Universität Bursa Uludağ; jeweils 7,1% an der Necmettin Erbakan Universität und an der Marmara Universität; 6,2% an der Anadolu Universität; jeweils 4,4% an der Atatürk Universität und an der Dicle Universität; jeweils 1,8% an der Universität Istanbul und an der Universität Muğla Sitki Koçman und jeweils 0,9% an der Universität Istanbul Cerrahpaşa und an der Universität Çanakkale Onsekiz Mart verfasst. Während 54,9% der Arbeiten im Themengebiet „Sprachenlehre, Methodik und Didaktik“ (im Weiteren SMD) geschrieben wurden, behandeln 45,1% die Themen zur „deutschen Sprache und Literatur“ (im Weiteren DSL). Während die Autoren von 82,3% der zwischen 2015 und 2020 im Fach „Deutsch als Fremdsprache“ verfassten Master- und Doktorarbeiten weiblich sind, sind die Autoren von 17,7% männlich. Die statistische Verteilung der Master- und Doktorarbeiten nach Universitäten ist wie folgt:

Tabelle 1. Statistiken zum postgradualen Studium der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Anadolu Universität

Jahr	Art der Arbeit	Sprache der Arbeit	Ak. Titel der Betreuer	Themengebiet	Geschlecht
2020	Promotion	Deutsch	Professor	SMD	Männlich
	Promotion	Deutsch	Asst. Professor	DSL	Männlich
	Promotion	Deutsch	Professor	DSL	Weiblich
2019	Promotion	Deutsch	Professor	SMD	Weiblich
	Promotion	Deutsch	Professor	SMD	Männlich
	Promotion	Deutsch	Professor	SMD	Weiblich
2016	Master	Deutsch	Professor	DSL	Weiblich

Tabelle 1 zeigt, dass zwischen den Jahren 2015-2020 insgesamt 7 Studierende an der Anadolu Universität eine Masterausbildung oder eine Promotion im Fach „Deutsch als Fremdsprache“ abgeschlossen haben. 85% der Absolventen sind dabei Promotionsabschlüsse und 14,2% Masterabschlüsse. Es ist ersichtlich, dass aller verfassten Arbeiten in deutscher Sprache verfasst worden sind. 85,8% der Fakultätsmitglieder*innen, die die schriftlichen Arbeiten betreuten, haben den akademischen Titel „Professor“ und 14,2% dagegen „Juniorprofessoren*innen“. 57,1% der Arbeiten wurden im Bereich der „Sprachenlehre Methodik und Didaktik“ und 42,9% im Themengebiet „deutsche Sprache und Literatur“ verfasst. 57,1% der Absolventen der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Universität Anadolu zwischen 2015 und 2020 sind weiblich und 42,9% männlich.

Tabelle 2. Statistiken zum postgradualen Studium der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Atatürk Universität

Jahr	Art der Arbeit	Sprache der Arbeit	Ak. Titel der Betreuer	Themengebiet	Geschlecht
2020	Master	Türkisch	Asst. Professor	SMD	Weiblich
	Master	Türkisch	Professor	SMD	Männlich
	Master	Türkisch	Professor	SMD	Weiblich
2019	Master	Türkisch	Professor	SMD	Weiblich
2015	Master	Türkisch	Asst. Professor	SMD	Weiblich

Aus Tabelle 2 wird ersichtlich, dass 5 Studierende zwischen 2015-2020 im Fach „Deutsch als Fremdsprache“ der Atatürk Universität ein Master- oder Doktorandenprogramm abgeschlossen haben. 100% dieser Studierenden haben einen Masterabschluss erworben. Alle dieser Arbeiten wurden in türkischer Sprache verfasst. 60% der Fakultätsmitglieder, die die schriftlichen Arbeiten betreuten, sind Professor*innen und 40% Juniorprofessor*innen. Alle Abschlussarbeiten sind im Themengebiet „Sprachenlehre Methodik und Didaktik“ verfasst worden. 80% der Absolventen sind weiblich und 20% männlich.

Tabelle 3. Statistiken zum postgradualen Studium der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Universität Bursa Uludag

Jahr	Art der Arbeit	Sprache der Arbeit	Ak. Titel der Betreuer	Themengebiet	Geschlecht
2020	Master	Türkisch	Asst. Professor	DSL	Weiblich
	Master	Türkisch	Assoc. Professor	DSL	Weiblich
	Master	Deutsch	Asst. Professor	DSL	Weiblich
2019	Master	Deutsch	Professor	DSL	Weiblich
	Master	Deutsch	Assoc. Professor	DSL	Männlich
2018	Master	Deutsch	Assoc. Professor	DSL	Weiblich
2015	Master	Deutsch	Assoc. Professor	SMD	Männlich
	Master	Türkisch	Asst. Professor	DSL	Weiblich
	Master	Deutsch	Professor	SMD	Weiblich

Bei der Bewertung von Tabelle 3 fällt auf, dass 9 Studierende der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Universität Bursa Uludağ einen Masterabschluss haben. 66,7% dieser Arbeiten wurden in deutscher Sprache und 33,3% in türkischer Sprache verfasst. 22,2% der Betreuer*innen dieser Arbeiten waren Professor*innen, 44,4% Associate Professor*innen und 33,3% Juniorprofessor*innen. 8% der Verfasser*innen dieser Arbeiten sind weiblich und 22,2% männlich, und nur 22,2% der Arbeiten sind im Bereich der „Sprachenlehre, Methodik und Didaktik“ verfasst worden. 77,8% der Arbeiten sind im Themengebiet „deutsche Sprache und Literatur“ verfasst worden.

Tabelle 4. Statistiken zum postgradualen Studium der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Universität Canakkale Onsekiz Mart

Jahr	Art der Arbeit	Sprache der Arbeit	Ak. Titel der Betreuer	Themengebiet	Geschlecht
2015	Master	Deutsch	Professor	SMD	Weiblich

Aus Tabelle 4 geht hervor, dass zwischen 2015 und 2020 nur eine Studentin die Abteilung für Deutschlehrerausbildung an der Universität Çanakkale Onsekiz Mart mit einem Masterabschluss erworben hat. Die Abschlussarbeit wurde in deutscher Sprache und im Themengebiet der „Sprachenlehre, Methodik und Didaktik“ verfasst. Es wurde festgestellt, dass der Betreuer dieser Arbeit den akademischen Titel „Professor“ trägt.

Tabelle 5. Statistiken zum postgradualen Studium der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Dicle Universität

Jahr	Art der Arbeit	Sprache der Arbeit	Ak. Titel der Betreuer	Themengebiet	Geschlecht
2019	Master	Deutsch	Assoc. Professor	DSL	Männlich
	Master	Türkisch	Assoc. Professor	SMD	Weiblich
	Master	Türkisch	Asst. Professor	DSL	Weiblich
2018	Master	Türkisch	Asst. Professor	DSL	Männlich
	Master	Türkisch	Assoc. Professor	DSL	Männlich

Durch die Analyse von Tabelle 5 kann festgestellt werden, dass zwischen 2015 und 2020 5 Studierende einen Masterabschluss an der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Dicle Universität erhalten haben. Es ist ersichtlich, dass 60% der Absolvent*innen männlich und 40% weiblich sind. Es fällt auf, dass 80% der Arbeiten im Bereich „deutsche Sprache und Literatur“ und 20% im Themengebiet der „Sprachenlehre, Methodik

und Didaktik“ verfasst worden sind. Die Sprache von 80% der Arbeiten ist Türkisch und nur 20% von ihnen sind auf Deutsch verfasst. 60% der Betreuer*innen dieser Arbeiten sind Associate Professor*innen und 40% Juniorprofessor*innen.

Tabelle 6. Statistiken zum postgradualen Studium der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Gazi Universität

Jahr	Art der Arbeit	Sprache der Arbeit	Ak. Titel der Betreuer	Themengebiet	Geschlecht
2020	Promotion Master	Türkisch Deutsch	Professor Assoc. Professor	DSL DSL	Weiblich Weiblich
2019	Master Master Master Master Master Master	Türkisch Türkisch Türkisch Türkisch Deutsch Türkisch Deutsch	Professor Professor Asst. Professor Asst. Professor Assoc. Professor Professor Professor	DSL DSL SMD DSL DSL SMD DSL	Weiblich Weiblich Weiblich Weiblich Weiblich Männlich Weiblich
2018	Master Master	Deutsch Türkisch	Assoc. Professor Asst. Professor	DSL SMD	Weiblich Weiblich
2017	Master	Deutsch	Assoc. Professor	DSL	Weiblich
2016	Master Master	Türkisch Deutsch	Assoc. Professor Assoc. Professor	DSL SMD	Weiblich Weiblich
2015	Master	Deutsch	Asst. Professor	DSL	Weiblich

Durch Tabelle 6 wird ersichtlich, dass 15 Studenten zwischen 2015 und 2020 ihren Master- oder Promotionsabschluss an der Gazi Universität erhalten haben. 6,7% dieser Studierenden haben einen Dokortitel und 93,3% einen Masterabschluss erworben. Bei der Prüfung der Sprache der Abschlussarbeiten zeigt sich, dass 46,7% der Abschlussarbeiten auf Deutsch und 53,3% auf Türkisch verfasst worden sind. 93,3% der Arbeiten wurden von Frauen und 6,7% von Männern verfasst. 33,3% der Fakultätsmitglieder, die diese Arbeiten betreuten, sind Professor*innen, 40% sind Associate Professor*innen und 26,7% sind Juniorprofessor*innen. 73,3% der Studien befassen sich mit „deutscher Sprache und Literatur“ und 26,7% mit „Sprachenlehre, Methodik und Didaktik“.

Tabelle 7. Statistiken zum postgradualen Studium der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Hacettepe Universität

Jahr	Art der Arbeit	Sprache der Arbeit	Ak. Titel der Betreuer	Themengebiet	Geschlecht
2020	Promotion	Deutsch	Professor	SMD	Weiblich
2019	Promotion Master Master Master Master	Deutsch Deutsch Deutsch Deutsch Deutsch	Professor Professor Professor Asst. Professor Professor	SMD SMD DSL SMD SMD	Weiblich Weiblich Weiblich Weiblich Weiblich
2017	Master	Deutsch	Assoc. Professor	SMD	Weiblich
2016	Master Promotion Master	Deutsch Deutsch Türkisch	Assoc. Professor Professor Professor	DSL DSL DSL	Weiblich Männlich Weiblich
2015	Master Master	Deutsch Deutsch	Assoc. Professor Professor	SMD SMD	Weiblich Weiblich

Aus Tabelle 7 geht hervor, dass 12 Studierende zwischen 2015 und 2020 die Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Hacettepe Universität ein Master- oder Promotionsprogramm abgeschlossen haben. 91,7% dieser Absolvent*innen sind weiblich und 8,3% männlich. 75% dieser Studierenden haben einen Masterabschluss und 25% einen Promotionsabschluss. Es wurde festgestellt, dass 91,7% der zwischen 2015 und 2020 an der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Hacettepe Universität verfassten Abschlussarbeiten in deutscher Sprache und 8,3% in türkischer Sprache verfasst wurden. 66,7% der Studien befassen sich mit

„Sprachenlehre, Methodik und Didaktik“ und 33,3% mit „deutscher Sprache und Literatur“. 66,7% dieser Arbeiten wurden von Professor*innen, 25% von Associate Professor*innen und 8,3% von Juniorprofessor*innen betreut.

Tabelle 8. Statistiken zum postgradualen Studium der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Universität Istanbul

Jahr	Art der Arbeit	Sprache der Arbeit	Ak. Titel der Betreuer	Themengebiet	Geschlecht
2018	Master	Deutsch	Asst. Professor	SMD	Weiblich
2015	Master	Türkisch	Asst. Professor	SMD	Weiblich

In Tabelle 8 ist zu sehen, dass zwischen 2015 und 2020 zwei Studentinnen ein Master- oder Promotionsprogramm an der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Universität Istanbul absolviert haben. Eine dieser Studentinnen hat einen Masterabschluss und die andere einen Promotionsabschluss. Es wurde festgestellt, dass die Betreuer*innen Juniorprofessor*innen sind und alle Abschlussarbeiten im Themengebiet „Sprachenlehre, Methodik und Didaktik“ verfasst wurden. Wenn man die Sprache der Arbeiten untersucht, kann man sehen, dass die Hälfte auf Deutsch und die andere Hälfte auf Türkisch geschrieben wurde.

Tabelle 9. Statistiken zum postgradualen Studium der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Universität Istanbul Cerrahpaşa

Jahr	Art der Arbeit	Sprache der Arbeit	Ak. Titel der Betreuer	Themengebiet	Geschlecht
2019	Master	Türkisch	Professor	SMD	Weiblich

Aus Tabelle 9 geht hervor, dass zwischen 2015 und 2020 eine Studentin die Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Universität Istanbul-Cerrahpaşa mit einem Masterabschluss abgeschlossen hat. Die Arbeit wurde auf Türkisch verfasst. Betreut wurde die Arbeit von einer Professorin und sie befasst sich mit dem Themengebiet der „Sprachenlehre, Methodik und Didaktik“.

Tabelle 10. Statistiken zum postgradualen Studium der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Marmara Universität

Jahr	Art der Arbeit	Sprache der Arbeit	Ak. Titel der Betreuer	Themengebiet	Geschlecht
2020	Promotion	Türkisch	Professor	SMD	Weiblich
2019	Master	Türkisch	Assoc. Professor	SMD	Weiblich
	Master	Deutsch	Assoc. Professor	SMD	Weiblich
	Master	Türkisch	Assoc. Professor	SMD	Weiblich
	Master	Türkisch	Assoc. Professor	SMD	Weiblich
	Master	Türkisch	Assoc. Professor	SMD	Weiblich
2016	Promotion	Deutsch	Assoc. Professor	DSL	Weiblich
2015	Master	Türkisch	Professor	SMD	Weiblich

Bei der Auswertung der Daten in Tabelle 10 wurde festgestellt, dass die Anzahl der Studierenden, die zwischen 2015 und 2020 ein Master- oder Promotionsprogramm an der Marmara Universität abgeschlossen haben, 8 beträgt. Alle diese Studierenden sind weiblich, 25% haben einen Dokortitel und 75% einen Masterabschluss erworben. Es wurde festgestellt, dass nur 25% der Studien in deutscher Sprache verfasst wurden. 25% der Betreuer*innen, sind Professor*innen und 75% sind Associate Professor*innen. Bei der Untersuchung der Themengebiete der Arbeiten zeigt sich, dass 87,5% im Bereich „Sprachenlehre, Methodik und Didaktik“ und 12,5% im Bereich der „deutschen Sprache und Literatur“ verfasst wurden.

Tabelle 11. Statistiken zum postgradualen Studium der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Universität Mugla Sıtkı Koçman

Jahr	Art der Arbeit	Sprache der Arbeit	Ak. Titel der Betreuer	Themengebiet	Geschlecht
2018	Master	Deutsch	Professor	SMD	Weiblich
2017	Master	Deutsch	Professor	SMD	Weiblich

Durch Analysedaten in Tabelle 11 zeigt sich, dass zwei Studentinnen zwischen 2015 und 2020 die Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Universität Muğla Sıtkı Koçman mit einem Masterabschluss abgeschlossen haben. Es wurde festgestellt, dass diese Studentinnen ihre Abschlussarbeit in deutscher Sprache im Bereich „Sprachenlehre, Methodik und Didaktik“ verfasst haben. Sie wurden beide von Professor*innen betreut.

Tabelle 12. Statistiken zum postgradualen Studium der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Necmettin-Erbakan-Universität

Jahr	Art der Arbeit	Sprache der Arbeit	Ak. Titel der Betreuer	Themengebiet	Geschlecht
2020	Promotion	Deutsch	Professor	SMD	Weiblich
	Promotion	Deutsch	Professor	DSL	Weiblich
2019	Master	Türkisch	Professor	SMD	Weiblich
	Master	Türkisch	Professor	SMD	Weiblich
	Master	Deutsch	Professor	DSL	Weiblich
2018	Master	Deutsch	Assoc. Professor	SMD	Weiblich
		Deutsch	Professor	DSL	Weiblich
2016	Promotion	Deutsch	Professor	DSL	Weiblich

Bei der Analyse von Tabelle 12 wird festgestellt, dass 8 Studentinnen zwischen 2015 und 2020 ihren Master- oder Promotionsabschluss an der Abteilung Deutschlehrerausbildung der Necmettin Erbakan Universität gemacht haben. 37,5% der Studentinnen haben promoviert und 62,5% haben einen Masterabschluss erhalten. 25% der Arbeiten wurden auf Türkisch und 75% auf Deutsch verfasst. Die Hälfte der Studien wurde im Themengebiet „Sprachenlehre, Methodik und Didaktik“ und die andere Hälfte im Themengebiet „deutsche Sprache und Literatur“ verfasst. 87,5% der Fakultätsmitglieder, die diese Studien betreuten, sind Professoren*innen und 12,5% sind Associate Professor*innen.

Tabelle 13. Statistiken zum postgradualen Studium der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Ondokuz Mayıs Universität

Jahr	Art der Arbeit	Sprache der Arbeit	Ak. Titel der Betreuer	Themengebiet	Geschlecht
2020	Master	Türkisch	Asst. Professor	SMD	Weiblich
	Master	Türkisch	Professor	DSL	Weiblich
	Master	Deutsch	Professor	DSL	Weiblich
2019	Master	Türkisch	Professor	DSL	Weiblich
	Master	Türkisch	Asst. Professor	DSL	Weiblich
	Promotion	Deutsch	Professor	DSL	Weiblich
	Master	Türkisch	Professor	DSL	Weiblich
2017	Master	Türkisch	Asst. Professor	SMD	Weiblich
	Master	Türkisch	Asst. Professor	DSL	Männlich
	Master	Deutsch	Asst. Professor	SMD	Weiblich
	Master	Türkisch	Professor	SMD	Männlich
2016	Master	Deutsch	Assoc. Professor	DSL	Weiblich
	Promotion	Deutsch	Professor	DSL	Weiblich
	Master	Türkisch	Professor	DSL	Männlich
2015	Master	Deutsch	Professor	SMD	Weiblich
	Master	Deutsch	Professor	DSL	Weiblich
	Promotion	Deutsch	Professor	SMD	Weiblich
	Promotion	Türkisch	Professor	SMD	Männlich

Aus Tabelle 13 geht hervor, dass 26,3% der 19 Studierenden, die zwischen 2015 und 2020 ein Master- oder Promotionsprogramm an der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Universität Ondokuz Mayıs erhalten haben, einen Dokortitel und 73,7% einen Masterabschluss erworben haben. Bei der Prüfung der verfassten Abschlussarbeiten wurde festgestellt, dass 42,1% der Verfasser*innen auf Deutsch und 57,9% auf Türkisch schrieben. 68,4% der Betreuer*innen sind Professor*innen, 5,3% Associate Professor*innen und 26,3% Juniorprofessor*innen. Während 36,9% der Arbeiten im Themengebiet „Sprachenlehre, Methodik und Didaktik“ verfasst wurden, wurden 63,1% im Themengebiet „deutsche Sprache und Literatur“ verfasst. In Anbetracht des Geschlechts der Autor*innen zeigt sich, dass der Anteil der Frauen 78,9% und der Anteil der Männer 21,1% beträgt.

Tabelle 14. Statistiken zum postgradualen Studium der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Trakya Universität

Jahr	Art der Arbeit	Sprache der Arbeit	Ak. Titel der Betreuer	Themengebiet	Geschlecht
2020	Master	Türkisch	Professor	SMD	Weiblich
	Master	Türkisch	Asst. Professor	SMD	Männlich
	Master	Türkisch	Professor	SMD	Weiblich
	Master	Türkisch	Asst. Professor	DSL	Weiblich
2019	Master	Türkisch	Professor	DSL	Weiblich
	Master	Türkisch	Professor	DSL	Männlich
	Master	Türkisch	Professor	DSL	Weiblich
	Master	Türkisch	Asst. Professor	SMD	Männlich
	Master	Türkisch	Asst. Professor	SMD	Männlich
	Master	Türkisch	Professor	SMD	Weiblich
	Master	Türkisch	Asst. Professor	SMD	Weiblich
	Master	Türkisch	Professor	SMD	Weiblich
	Master	Türkisch	Professor	SMD	Weiblich
	Master	Deutsch	Professor	SMD	Weiblich
2018	Master	Türkisch	Assoc. Professor	SMD	Weiblich
2017	Master	Deutsch	Assoc. Professor	SMD	Männlich
	Master	Deutsch	Assoc. Professor	DSL	Weiblich
	Master	Türkisch	Assoc. Professor	SMD	Weiblich
2015	Master	Türkisch	Professor	SMD	Weiblich

Gemäß Tabelle 14 wurde festgestellt, dass 19 Studierende der Abteilung für Deutschlehrerausbildung der Universität Trakya zwischen 2015 und 2020 einen Masterabschluss erworben haben. 84,2% dieser Arbeiten wurden auf Türkisch und 15,8% auf Deutsch verfasst. 52,6% der Berater*innen sind Professor*innen, 21,1% Associate Professor*innen und 26,3% Juniorprofessor*innen. Es zeigt sich, dass 73,7% der Studienarbeiten im Themengebiet „Sprachenlehre, Methodik und Didaktik“ verfasst sind, während 26,3% im Themengebiet „deutsche Sprache und Literatur“ verfasst wurden. 73,7% der Autor*innen sind weiblich und 26,3% männlich.

SCHLUSSFOLGERUNG, DISKUSSION UND EMPFEHLUNGEN

Ziel dieser Arbeit ist es, Master- und Doktorarbeiten, die zwischen den Jahren 2015 und 2020 im Fach „Deutsch als Fremdsprache“ in der Türkei verfasst wurden, zu untersuchen. Infolge der Recherche wurden 113 Abschlussarbeiten vorgefunden. Es ist ersichtlich, dass die meisten Arbeiten, mit ca. 40% aus dem Jahr 2019 und die wenigsten Arbeiten mit 8% aus dem Jahr 2018 stammen. Von den insgesamt 113 verfassten Arbeiten wurden 82% als Masterarbeit und 18% als Doktorarbeit verfasst. Bei Betrachtung der gewählten Sprache in den Abschlussarbeiten wurde festgestellt, dass 51% auf Türkisch und 49% auf Deutsch verfasst worden sind. Die Untersuchung hat gezeigt, dass mehr als die Hälfte der Arbeiten von Professoren betreut wurden. Es stellt sich heraus, dass die meisten Arbeiten, mit 16,8%, an den Universitäten Trakya und Ondokuz Mayıs verfasst wurden und die wenigsten, mit 0,9% an den Universitäten Istanbul- Cerrahpaşa und Çanakkale Onsekiz Mart. Ein weiteres Ergebnis der Analyse ist, dass ungefähr 55% der Arbeiten die Themengebiete „Sprachenlehre, Methodik und Didaktik“ behandeln, während ungefähr 45% sich mit der „deutschen Sprache und Literatur“ beschäftigen. 82% der Autor*innen, der zwischen den Jahren 2015 und 2020 verfassten Arbeiten des Faches „Deutsch als Fremdsprache“, sind weiblich, 18% dagegen männlich.

Die Studie zeigt auf, dass die Gesamtzahl aller in den Universitäten Atatürk, Bursa Uludağ, Çanakkale Onsekiz Mart, Dicle, Istanbul, Istanbul- Cerrahpaşa, Muğla Sıtkı Koçman und Trakya verfassten Abschlussarbeiten zu einem Masterabschluss führten. Daraus lässt sich schließen, dass an diesen Universitäten nicht genügend akademische Personalien, die der Hochschulrat eigentlich voraussetzt, vorhanden sind, um ein Promotionsprogramm anzubieten.

Es stellt sich außerdem heraus, dass alle Arbeiten an den Universitäten Muğla, İstanbul - Cerrahpaşa und Çanakkale Onsekiz Mart von Professoren betreut wurden. Daraus kann man ableiten, dass die Betreuungsaufgaben der Abschlussarbeiten, im Fach „Deutsch als Fremdsprache“ an diesen Universitäten, den Professoren gegeben werden, da akademische Titel in der Türkei einen großen Stellenwert haben und die Studierendenzahl in diesen Studiengängen niedrig ist.

Ein weiterer Befund der Arbeit ist es, dass alle an den Universitäten Atatürk, Çanakkale Onsekiz Mart, İstanbul, İstanbul Cerrahpaşa und Muğla Sıtkı Koçman durchgeführten Arbeiten sich mit den Themengebieten der „Sprachenlehre, Methodik und Didaktik“ befassen. Die Arbeiten der anderen Universitäten beschäftigten sich in unterschiedlicher Anzahl mit der „deutschen Sprache und Literatur“ und der „Sprachenlehre und Methodik und Didaktik“. Hieraus kann man folgern, dass unter dem Lehrstuhl „Fremdsprachendidaktik“ auch Arbeiten zur „deutschen Sprache und Literatur“ getätigt werden können oder dass einige Akademiker unter diesem Lehrstuhl im Themengebiet „deutsche Sprache und Literatur“ arbeiten.

Die erarbeiteten Daten zeigen, dass alle Masterabsolvent*innen und Doktorand*innen der Universitäten Istanbul, Istanbul-Cerrahpaşa, Marmara, Muğla Sıtkı Koçman und Necmettin Erbakan weiblich sind. Es ist auch bemerkenswert, dass die Zahl der männlichen Studierenden nur an der Dicle Universität höher ist als an den anderen Universitäten. In allen anderen Universitäten liegt die Anzahl der weiblichen Studierenden höher als die Anzahl der männlichen Studierenden. In Anbetracht der Anzahl männlicher und weiblicher Studierender an den erziehungswissenschaftlichen Fakultäten, zu denen die Abteilung der Deutschlehrerausbildung angehört, kann gesagt werden, dass es normal ist, dass Studentinnen im postgradualen Studium eine höhere Anzahl ausmachen als Studenten. Der einzige bemerkenswerte Punkt hierbei ist, dass die Anzahl der Studenten, die ein postgraduales Studium an der Dicle Universität erhalten, höher ist als die Anzahl der Studentinnen. Daraus kann abgeleitet werden, dass Studentinnen ein postgraduales Studium vor allem an Universitäten in westlichen Regionen der Türkei bevorzugen.

Bei der Analyse der themenbezogenen Literatur wurde festgestellt, dass es zwar keine Studien zur Untersuchung der Master- und Doktorarbeiten im Fach „Deutsch als Fremdsprache“ gibt, jedoch gibt es viele Studien zur Untersuchung von verfassten Abschlussarbeiten in den Fächern der Erziehungswissenschaften und Fremdsprachendidaktik (Aslım Yetiş, 2020; Büyükkiz, 2014; Gürdal et al., 2010; Özenç und Özenç, 2013; Polat, 2010; Şahin et al., 2013; Şenyurt und Özkan, 2017; Tosun Sümer und Güven; 2018; Yaşar und Papatğa, 2015). Başaran (2017) stellte in seiner Studie, in der Master- und Doktorarbeiten bezüglich des Einsatzes von Technologie im Fremdsprachenunterricht untersucht wurden, fest, dass die meisten dieser Arbeiten in den Jahren 2014 und 2015 durchgeführt wurden; dass die Zahl der Studentinnen im Master im Vergleich zu Studenten höher ist, dagegen aber die Zahl der Studenten in der Promotion im Vergleich zu Studentinnen höher liegt. Er kam außerdem zu dem Schluss, dass der akademische Titel der Betreuer in der Regel Associate Professor oder Juniorprofessor ist. Özgat Tatan (2021) untersuchte in einer Studie zu den in der Türkei verfassten Master- und Doktorarbeiten bezüglich der „Spiele im Fremdsprachenunterricht“. Es wurde angegeben, dass ungefähr 95% dieser Arbeiten aus Masterarbeiten und 5% aus Promotionsarbeiten bestehen. Man kann festhalten, dass die Ergebnisse von Özgat Tatan (2021) dieser Studie ähnlich sind.

Es wäre wünschenswert, die im Fach „Deutsch als Fremdsprache“ verfassten Master- und Doktorarbeiten mit der Bestimmung eines größeren Zeitraums zu untersuchen und die Meinungen der in den Abteilungen tätigen Akademiker in die Forschung mit einer größeren Stichprobe einzubeziehen. Angesichts der Forschungsergebnisse sollten Akademiker des Faches ermutigt werden, die akademischen Titel „Associate Professor und Professoren“ zu erlangen, sodass mehr Promotionsstudiengänge angeboten werden können. Deshalb sollten Hindernisse, mit denen diese Akademiker konfrontiert sind, beseitigt werden. In Bezug auf das Fach „Deutsch als Fremdsprache“

sollten Studierende im Grundstudium zur Weiterbildung mit den Master- und Promotionsstudiengängen ermutigt werden. Es wird davon ausgegangen, dass eine zunehmende Anzahl an postgradualen Arbeiten zum Fortschritt dieses Faches beitragen wird.

LITERATURVERZEICHNIS

- Adnan, B. (2010). Öğretmen eğitiminin lisans ve lisansüstü boyutlardan değerlendirilmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11/3, 15-31.
- Alabaş, R., Kamer, S. T. und Polat, Ü. (2012). Öğretmenlerin Kariyer Gelişimlerinde Lisansüstü Eğitim: Tercih Sebepleri ve Süreçte Karşılaştıkları Sorunlar/Master's Degree Education in The Career Development of Teachers: Reasons of Preference and The Problems That They Face throughout The Process. *E-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 3/4, 89-107.
- Alkan, G. (2014). Türkiye'de muhasebe alanında yapılan lisansüstü tez çalışmaları üzerine bir araştırma (1984-2012). *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 61, 41-52.
- Aslım Yetiş, V. (2020). Analysis of postgraduate theses on interculturality in the field of foreign language education in Turkey. *Inonu University Journal of the Faculty of Education*, 21/2, 912-925.
- Aydemir, S., Çam, Ş. S. (2015). Lisansüstü öğrencilerinin lisansüstü eğitimi almaya ilişkin görüşleri. *Turkish Journal of Education*, 4/4, 4-16.
- Başaran, B. (2017). Yabancı dil öğretiminde teknoloji kullanımına ilişkin hazırlanmış lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Turkish Studies*, 12/23, 15-40.
- Başer, N., Narlı, S. und Günhan, B. (2010). Öğretmenlerin lisansüstü eğitim almalarında yaşanan sorunlar ve çözüm önerileri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17, 129-135.
- Benligiray, S. (2009). Türkiye'de insan kaynakları yönetimi alanında yapılan lisansüstü tezler ve bu tezlerde incelenen temaların analizi: 1983-2008 dönemi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4/1, 167-197.
- Bozan, M. (2012). Lisansüstü eğitimde nitelik arayışları. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 4/2, 177-187.
- Bozpolat, E. (2016). Öğretmen adaylarının lisansüstü eğitime ilişkin metaforik algıları. *Elementary Education Online*, 15/4, 1114-1130.
- Büyükikiz, K. (2014). Yabancılar Türkçe Öğretimi Alanında Hazırlanan Lisansüstü Tezler Üzerine Bir İnceleme/An Investigation on Graduate Dissertations Written on Turkish Teaching as a Foreign Language. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11/25, 203-213.
- Günay, D. (2018). Türkiye'de lisansüstü eğitim ve lisansüstü eğitime felsefi bir bakış. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 1/2, 71-88.
- Gürdal, A., Bakioğlu, A. und Öztuna, A. (2010). Fen bilgisi eğitimi lisansüstü tezlerinin incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17, 53-58.
- Karaman, S. und Bakırcı, F. (2010). Türkiye'de Lisansüstü Eğitim: Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2, 94-114.
- Koyuncu, İ. und Kılıç, A. F. (2019). Açıklayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanımı: Bir Doküman İncelemesi. *Eğitim ve Bilim*, 44/198, 361-388.
- Özenç, E. G. und Özenç, M. (2013). Türkiye'de üstün yetenekli öğrencilerle ilgili yapılan lisansüstü eğitim tezlerinin çok boyutlu olarak incelenmesi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 171/171, 13-28.
- Özgat Tatan, O. (2021). Yabancı Dil Öğretiminde Oyunlar ile İlgili Türkiye'de Yapılmış Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Yabancı Dil Olarak Türkçe Araştırmaları Dergisi*, 6, 33-50.
- Polat, G. (2010). *Eğitim yönetimi ve denetimi anabilim dalında yapılmış lisansüstü tez çalışmalarının incelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi.
- Sevinç, B. (2001). Türkiye'de Lisansüstü Eğitim Uygulamaları, Sorunlar ve Öneriler. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 34/1, 125-137.
- Şahin, D., Calp, Ş., Bulut, P. und Kuşdemir, Y. (2013). Sınıf öğretmenliği eğitimi bilim dalında yapılmış lisansüstü tezlerin çeşitli kriterlere göre incelenmesi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 5/3, 187-205.

- Şenyurt, S. und Özkan, Y. Ö. (2017). Eğitimde ölçme ve değerlendirme alanında yapılan yüksek lisans tezlerinin tematik ve metodolojik açıdan incelenmesi. *Elementary Education Online*, 16/2, 628-653.
- Tanrıkulu, L. und Üstün, B. (2020). Almanca Öğretmenliği Yüksek Lisans Öğrencilerinin Lisansüstü Eğitim Yapma Nedenlerine İlişkin Nitel Bir Çalışma. *International Journal of Language Academy*, 8/5, 104-114.
- Toprak, E. und Taşğın, Ö. (2017). Öğretmenlerin lisansüstü eğitim yapmama nedenlerinin incelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7/13, 599-615.
- Tosun Sümer, E. und Güven, M. (2018). Okul Psikolojik Danışmanlarıyla İlgili Lisansüstü Tezler Üzerine Bir İnceleme. *Journal of International Social Research*, 11/60, 794-801.
- Turhan, M. und Yaraş, Z. (2013). Lisansüstü programların öğretmen, yönetici ve denetmenlerin mesleki gelişimine katkısı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12/43, 200-218.
- Ünal, Ç. und İter, İ. (2010). Sınıf Öğretmeni Adaylarının Lisansüstü Eğitime Olan Tutumları (Fırat, Erzincan ve İnönü Üniversitesi Sınıf Öğretmenliği ABD Örneği). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14/2, 1-18.
- Yaşar, Ş. und Papatğa, E. (2015). İlkokul matematik derslerine yönelik yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5/2, 113-124.
- Yıldırım, A. und Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yilmazel, Ö. (2019). YÖK Ulusal Tez Merkezi'nde Büyük Veri Alanında Kayıtlı Bulunan Lisansüstü Tezlerinin Analizi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 41, 225-240.
- YÖK. (2021). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/yasalUyari.jsp>. (datum: 25/01/2021)

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:27.08.2020 ✓Accepted/Kabul:28.05.2021

DOI:10.30794/pausbed.786274

Araştırma Makalesi/ Research Article

Aydınbek, C. ve Kızıltoprak, Ş. (2021). "L'utilisation De L'alternance Codique Comme Strategie De Communication Chez Les Apprenants Bilingues Franco-Turcs", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 45-60.

L'UTILISATION DE L'ALTERNANCE CODIQUE COMME STRATEGIE DE COMMUNICATION CHEZ LES APPRENANTS BILINGUES FRANCO-TURCS*

Canan AYDINBEK**, Şeyma KIZILTOPRAK***

Résumé

L'objectif de cette étude, réalisée durant l'année universitaire 2018-2019, est d'analyser l'usage de l'alternance codique comme stratégie de communication chez des bilingues franco-turcs. Afin de parvenir à notre objectif, nous avons utilisé l'étude de cas de la méthode qualitative. Les participants sont 5 étudiants de licence de Français Langue Étrangère de l'Université Anadolu. Nous avons tout d'abord observé les interactions entre les participants puis nous avons mené des entretiens semi-dirigés.

Au vu des résultats obtenus, l'alternance codique représentent bien une stratégie de communication pour les participants. Ceux-ci déclarent que le choix de langue de son interlocuteur et le lieu de l'échange font un effet sur son propre choix de langue et qu'ils se sentent proche de la culture turque. Les motivations de l'alternance codique diffèrent selon le locuteur, l'interlocuteur, l'intention et le sujet de la communication. D'autres recherches sur l'usage de l'alternance codique des futurs enseignants de FLE seraient également enrichissantes.

Mots clés: *Apprenants bilingues, Alternance codique, Stratégie de communication, Choix de langue, Compétences interactionnelles.*

TÜRKÇE-FRANSIZCA İKİ DİLLİ ÖĞRENCİLERDE KOD DEĞİŞİMİNİN İLETİŞİM STRATEJİSİ OLARAK KULLANIMI

Öz

2018-2019 öğretim yılında gerçekleştirilen bu araştırmanın amacı, Fransızca-Türkçe iki dilliler arasında kod değişiminin bir iletişim stratejisi olarak kullanımını incelemektir. Hedefimize ulaşmak için nitel yöntemlerden vaka çalışması kullanılmıştır. Katılımcılar, Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Fransız Dili Eğitiminde öğrenim gören 5 iki dilli lisans öğrencisidir. Önce katılımcılar arasındaki etkileşimler gözlemlenmiş, ardından gözleme elde edilen sonuçları derinleştirmek için yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Sonuçlara göre, iki dilliler tarafından kullanılan kod değişiminin aslında bir iletişim stratejisini temsil ettiği görülmüştür. Katılımcılar, muhatabının dil seçiminin ve etkileşimin yerinin kendi dil seçimini etkilediğini ve Türk kültürüne yakın hissettiklerini ifade etmektedir. Kod değiştirme motivasyonları konuşmacı, muhatap, iletişimin amacı ve konusuna göre farklılık göstermektedir. İki dilli Fransızca öğretmen adayları tarafından kod değişiminin farklı kullanımına ilişkin diğer araştırmalar da bu alana zenginlik katacaktır.

Anahtar kelimeler: *İki dilli, Dil değişimi, İletişim stratejisi, Dil tercihi, Etkileşim becerisi.*

*Cet article est tiré du mémoire de maîtrise soutenu par Şeyma Kızıltoprak en 2019, à l'Institut des Sciences de l'Éducation de l'Université Anadolu.

**Dr. Öğr. Üyesi, Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Fransız Dili Eğitimi A.B.D., ESKİŞEHİR.

e-posta : caydinbek@anadolu.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-0284-0137>)

***Öğr. Gör. Eskişehir Teknik Üniversitesi, Rektörlük, ESKİŞEHİR.

e-posta: kizilto@hotmail.fr, (<https://orcid.org/0000-0002-1560-2712>)

INTRODUCTION

À l'ère de la mondialisation/globalisation où nous vivons, la mobilité internationale augmente de jour en jour et les échanges interpersonnels se multiplient grâce aux progrès technologiques. La diffusion de ces derniers a eu sans doute un effet important sur toutes les activités humaines. Précisément, un meilleur accès à l'information a favorisé la communication afin d'établir une compréhension mutuelle. C'est la raison pour laquelle, le nombre d'individus qui se trouve face à d'autres langues et cultures, pour des raisons économiques, politiques, sociales et professionnelles, ne cesse d'augmenter. Afin d'assurer une communication interpersonnelle efficace, la connaissance des diverses langues a pris une ampleur toute aussi importante que la maîtrise de la langue maternelle. Comme il est précisé dans le CECR (Cadre Européen Commun de Référence), « ... *c'est seulement par une meilleure connaissance des langues vivantes européennes que l'on parviendra à faciliter la communication et les échanges entre Européens de langue maternelle différente et, partant, à favoriser la mobilité, la compréhension réciproque et la coopération en Europe et à éliminer les préjugés et la discrimination* » CECR,2001 :10).

Lorsqu'une personne apprend une langue autre que sa langue maternelle dans un milieu où cette dernière est parlée par les membres du groupe social, il s'agit plutôt d'une acquisition. « *On appelle acquisition le processus de traitement de l'information et de mémorisation qui aboutit à une augmentation des savoirs et savoir-faire langagiers et communicatifs d'un apprenant, à une modification de son interlangue (appelée aussi système intermédiaire, ou compétence transitoire, etc.)* » (Cuq, 2003, p.12). La personne qui apprend une L2 découvre les règles sociales et culturelles de la langue apprise en communiquant dans cette langue lors de ses activités quotidiennes, autrement dit, à travers le contact des locuteurs natifs. Alors que l'apprentissage peut être défini comme « un ensemble de décisions relatives aux actions à entreprendre dans le but d'acquérir des savoirs ou des savoir-faire en langue étrangère » (ibid., p. 22). Il s'agit d'une démarche consciente et volontaire dans laquelle s'engage l'apprenant. Le processus d'apprentissage consisterait plutôt à l'étude et à l'usage des règles langagières mais ce dernier reste plutôt limité à cause des restrictions du contexte scolaire, cela revient à dire qu'il y a peu ou pas de contact dans une situation de communication réelle, ce qui est rarement possible. Il s'agit alors de l'apprentissage d'une langue étrangère et non de l'acquisition. Le premier cas présenterait plus d'occasion à l'apprenant de L2, de maîtriser la langue aussi bien qu'un locuteur natif. Ainsi, si un individu connaît une deuxième langue comme sa langue maternelle, soit dans un milieu naturel, soit dans un contexte scolaire, il devient bilingue.

Dans les années 30, le bilinguisme était défini comme la maîtrise parfaite de deux langues par une personne, comme l'exprime Bloomfield : « maîtrise de deux langues comme si elles étaient toutes deux la langue maternelle. » (Bloomfield, 1935, Stoll, 1997). De nos jours, les chercheurs se sont peu à peu éloignés de cette conception. Selon la définition de Lüdi et Py (2003) par exemple, le « bilinguisme est non pas la maîtrise parfaite et identique de deux langues, mais la capacité à utiliser deux langues ou plus dans des contextes distincts et avec des modalités différentes ». Grosjean (1993, p.14), critique l'idée selon laquelle une personne bilingue maîtrise aussi bien une première langue que la deuxième. Il définit à son tour les personnes bilingues telles que : « *Les personnes qui se servent de deux ou de plusieurs langues dans la vie de tous les jours. Ceci englobe les personnes qui ont une compétence de l'oral dans une langue et une compétence de l'écrit dans une autre, les personnes qui parlent deux langues avec un niveau de compétence différent dans chacune d'elles. Ainsi que, phénomène assez rare, les personnes qui possèdent une maîtrise parfaite de deux langues* ».

Il est assez rare qu'une personne (bilingue) puisse maîtriser les quatre compétences, au même niveau, dans les deux langues. La définition du bilinguisme proposée par Titone (1972) nous semble pourtant plus précise puisqu'elle met l'accent sur le respect des règles d'usage de la deuxième langue : « *Le bilinguisme consiste en la capacité d'un individu de s'exprimer dans une seconde langue en respectant les concepts et les structures propres à cette langue, plutôt qu'en paraphasant sa langue maternelle.* »

La typologie du bilinguisme, à l'instar de sa définition, est loin d'être simple car elle dépend de divers facteurs tels que l'âge et la durée d'acquisition de la deuxième langue, le niveau de compétence dans les deux langues, le statut social de chacune des langues etc. Il est possible de conclure que l'on ne parle pas d'un bilinguisme mais de plusieurs types de bilinguismes que nous allons aborder dans la partie suivante.

Les Types de Bilinguisme

Hamers et Blanc (1983) font les distinctions suivantes selon certains critères :

Le bilinguisme équilibré correspond au cas où le locuteur dispose des compétences linguistiques similaires dans les deux langues. Comme le précise Ertek (2017, p.84-85), « Les bilingues équilibrés possèdent *des facultés métalinguistiques plus avancées. Ils possèdent un meilleur contrôle des opérations linguistiques, ce qui est un avantage pour l'acquisition de la littéracie (il s'agit de la lecture et de l'écriture dans une langue donnée) et une plus grande chance de succès à l'école* ».

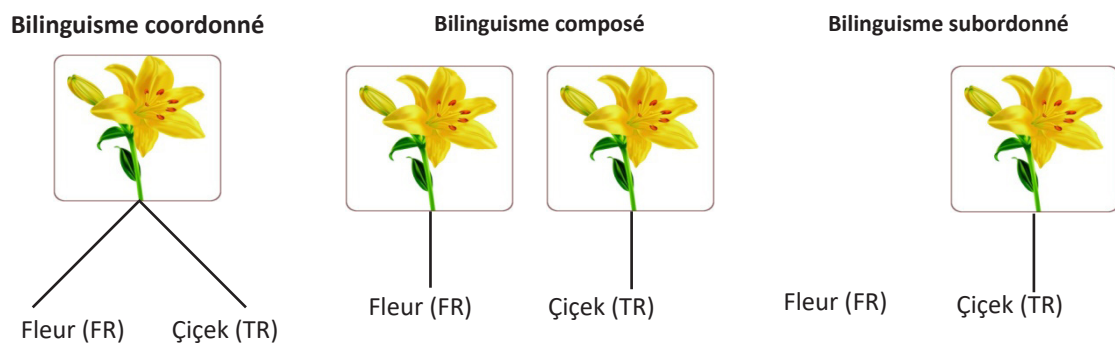
Le bilinguisme dominant, par contre, correspond au cas où le locuteur dispose dans une des langues, des compétences linguistiques supérieures par rapport à l'autre langue (Hamers et Blanc, 1983). Certaines tâches seront mieux réussies dans la langue dominante et non dans la seconde.

Le bilinguisme coordonné selon El Euch (2010, p.42) se réalise « *lorsqu'un enfant acquiert ses deux langues dans différents contextes dans des conditions qui rendent la correspondance entre les langues difficile.* ». Cela correspond à la situation où le locuteur se comporte comme un natif dans les deux langues.

Le bilinguisme composé, en revanche, « caractérise la bilinguisme d'un enfant qui grandit dans un milieu où les deux langues sont parlées par les mêmes personnes et dans les mêmes situations, et ce, de manière interchangeable » (El Euch, 2010, p. 42).

Le bilinguisme subordonné, correspond au cas d'un individu « *qui a un ensemble d'unités de sens, construit à partir de sa L1, et deux modes d'expression, l'un correspondant à sa L1 et l'autre à des termes plus ou moins équivalents dans la L2. Dans ce système, le bilingue traite les mots provenant de sa L2 à travers les mots de sa L1* » (El Euch, 2010, p. 42).

Pour récapituler, nous pouvons voir dans le schéma mis en avant par Ertek (2017, p.77), la représentation cognitive des trois types de bilinguisme.



Le bilinguisme précoce est composé de deux types ; **le bilinguisme simultané** et **le bilinguisme consécutif** (Hamers et Blanc, 1983).

Le premier type désigne le cas où l'enfant apprend deux langues en même temps, dès la naissance. Le second est le cas où l'enfant a déjà partiellement acquis une première langue et en apprend une deuxième tôt durant l'enfance.

Le bilinguisme tardif est également composé de deux groupes ; **le bilinguisme adolescent** et **le bilinguisme adulte**. Le premier est le cas où le locuteur apprend la deuxième langue entre 11 et 17 ans. Le second correspond surtout à un apprentissage de la deuxième langue après les 17 ans et grâce au contact avec la société dans laquelle nous vivons (Hamers et Blanc, 1983).

Le bilinguisme endogène, quant à lui, désigne la situation dans laquelle les deux langues sont présentes dans la communauté, ce qui est le cas des pays colonisés. En revanche **le bilinguisme exogène** correspond à la langue

seconde qui n'est pas présente dans la communauté, il correspond au cas de la langue turque en France, ou celui de la langue des minorités (Hamers et Blanc, 1983).

On parle du **bilinguisme soustractif** lorsqu'un locuteur apprend la seconde langue au détriment de sa langue première. Dans ce cas, on peut parler de l'assimilation de la langue maternelle des immigrés de deuxième ou de troisième génération par rapport à la langue du pays d'accueil.

En revanche, nous pouvons parler de **bilinguisme additif**, lorsqu'un locuteur acquiert ses deux langues de manière équilibrée que nous retrouvons surtout dans les pays où plusieurs langues sont parlées. Pour ce type de bilinguisme, l'acquisition d'une langue n'a pas d'effet néfaste sur la seconde (Hamers et Blanc, 1983).

Finalement, lorsqu'il est question de la culture du bilingue, on peut parler du **bilingue biculturel** qui est le cas où celui-ci pratique et adopte la culture des deux langues, dispose donc de la double identité culturelle, alors que **le bilingue monoculturel**, pratique uniquement la culture de la langue maternelle. **Le bilingue acculturé**, pratique la culture de la seconde langue. Quant au **bilingue acculturé anémique**, c'est le cas du bilingue ambiguë, c'est-à-dire celui qui a des difficultés à se situer dans les deux cultures (Hamers et Blanc, 1983).

Après avoir présenté brièvement la typologie des bilingues, nous allons d'abord donner des précisions sur les conditions des bilingues français-turcs dont notre corpus est constitué. Nous allons ensuite examiner l'alternance codique, phénomène auquel ont souvent recours ces derniers. En dernière étape de la partie théorique, nous allons aborder la notion de « stratégie de communication » puisque notre recherche relève de l'utilisation de l'alternance codique comme stratégies de communication chez des bilingues français-turcs.

Les Bilingues Franco-Turcs

L'immigration turque en France, a commencé dans les années 1960, principalement pour des raisons économiques et de nos jours, le nombre de migrants continue d'augmenter : « *Trois ans après cette convention (la convention de la main-d'œuvre entre la France et la Turquie), l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) recensait en France 7.628 Turcs ; selon les derniers chiffres (Janvier 2014) donnés par le ministère turc du Travail et de la Sécurité Sociale, ils seraient 611.515, dont près de la moitié aurait la nationalité française* » (Akıncı, 2016, p. 473).

Les premiers immigrés turcs avaient comme intention de travailler et d'économiser de l'argent en France (ou dans d'autres pays européens) pour ensuite retourner en Turquie. Mais dans la pratique, le retour de ceux-ci est resté une idée fictive pour de nombreuses familles.

L'évolution des immigrés turcs en employés qualifiés, mais également le fait que de nombreux anciens ouvriers turcs deviennent chefs/patrons de petites entreprises, l'achat des biens immobiliers etc. font parties des raisons de l'installation permanente des Turcs.

Selon Akıncı (Akıncı et coll., p. 2004) la communauté turque en France conserve un lien fort avec son pays d'origine. Les mariages, les retours fréquents en vacances, les séries turques, les associations sont de parfaits exemples qui démontrent l'attachement des Turcs à leur pays. Toutes ces circonstances favorisent donc le maintien de la langue et de la culture d'origine plus ferme que dans les autres communautés immigrées de France « *Le turc demeure langue dominante dans le milieu familial, et les enfants acquièrent le turc comme langue première jusqu'à l'école maternelle* » (Akıncı, 2001). Les immigrés préfèrent utiliser soit leur langue maternelle soit la deuxième langue, en fonction de la situation de communication, de l'interlocuteur, du sujet et de la nature de l'interaction. Nous allons à présent expliquer brièvement cette spécificité du parler bilingue nommé « alternance codique ».

L'Alternance Codique

Comme nous l'avons précisé plus haut, être bilingue n'implique pas systématiquement une maîtrise égale dans les deux langues. Selon Grosjean (1993, p.15), « *il est rare de rencontrer un bilingue qui possède une maîtrise équivalente et/ou parfaite de ses deux langues* ». Chaque langue va combler un besoin différent du bilingue, suivant les échanges linguistiques réalisés dans diverses situations de communication.

En général, le rôle et l'usage de chaque langue n'est pas absolu dans l'échange verbal. On rencontre souvent chez les bilingues un mélange des deux langues, notamment lorsque la phrase commence en L2 et finit en L1 ou l'inverse. Ce phénomène est nommé en linguistique, l'alternance codique, « code switching » ou encore le « parler bilingue ».

Ainsi, Gardner-Chloros (1983, p.25) définit l'alternance codique comme le « *changement/alternance de langues ou de variétés linguistique dans un discours ou une conversation* ». Certes, l'alternance codique est perçue comme un fait très caractéristique des bilingues. Comme le précise Causa (2002), « *l'alternance codique, c'est-à-dire les passages dynamiques d'une langue à l'autre, est l'une des manifestations les plus significatives du parler bilingue* ». Selon Walker (2005 : 200) « *l'alternance codique se produit quand un locuteur bilingue change de langue au sein d'une seule et même conversation* ».

Quant à la définition de Hamers et Blanc, (1983 : 445), ils associent l'alternance codique à la notion de stratégie de communication : « *Une stratégie de communication utilisée par des locuteurs bilingues entre eux ; cette stratégie consiste à faire alterner des unités de longueur variable de deux ou plusieurs codes à l'intérieur d'une même interaction verbale* ».

Par conséquent, l'alternance codique est aussi considérée comme une stratégie à laquelle les bilingues ont recours dans l'échange verbal. L'usage de ce phénomène par un locuteur bilingue a des motifs divers tels que : se différencier psychologiquement de ses interlocuteurs, se montrer membre d'une communauté, exclure un autre locuteur de la discussion, faciliter la communication ou bien inhiber les difficultés rencontrées pendant l'interaction etc.

Les Types d'alternance codique

Au vu des diverses classifications de l'alternance codique dans la littérature foisonnante, nous avons décidé de nous cibler sur celles correspondantes à nos choix méthodologiques et objectifs de recherche, à savoir, la typologie de Gumperz, d'Appel et de Muysken et celle de Poplack.

La Typologie de Gumperz

Gumperz distingue deux types d'alternance : l'alternance codique situationnelle et l'alternance codique conversationnelle.

L'alternance codique situationnelle, correspond aux différentes situations de communication. Quant à **l'alternance conversationnelle** (métaphorique), Gumperz (1989, p.57) la définit comme « *la juxtaposition à l'intérieur d'un même échange verbal de passages où le discours appartient à deux systèmes ou deux sous-systèmes grammaticaux différents* ».

Gumperz (1989, p.73-83) définit six fonctions conversationnelles de l'alternance codique qui sont les suivantes ; « *la fonction de citation, la fonction de désignation d'un interlocuteur, la fonction d'interjection, la fonction de réitération, la fonction de modalisation d'un message et la fonction de personnalisation versus objectivation* ». Nous allons dans la suite présenter brièvement chacune d'elles.

La citation (ou discours rapporté) : cette fonction permet au bilingue de s'exprimer dans une langue différente afin de répéter dans la langue originale un élément déjà énoncé par une autre personne.

La désignation d'un locuteur : cette fonction permet au bilingue de s'adresser dans la seconde langue à un interlocuteur spécifique parmi tous les interlocuteurs. Elle permet d'organiser le tour de parole, de produire une coopération entre le locuteur et l'interlocuteur choisi mais également d'écarter les autres interlocuteurs.

L'interjection : cette fonction permet au bilingue d'utiliser la seconde langue pour exprimer ses sentiments, ses émotions, ses ressentis etc.

La réitération : cette fonction est utilisée pour répéter le message dans la seconde langue c'est-à-dire ce que le locuteur a déjà dit dans la première langue. Elle permet donc au bilingue de confirmer, de clarifier et d'insister sur le message.

La modalisation d'un message (qualification du message) : cette fonction a pour objectif d'exprimer la prise de position du locuteur sur le message transmis.

La personnalisation versus l'objectivation : cette fonction permet au bilingue d'adopter un point de vue personnalisé ou plus objectif. Le choix de la langue peut être influencé par l'association du répertoire du bilingue aux faits objectifs ou subjectifs.

La Typologie d'Appel et Muysken

Appel et Muysken (1987, p.29), distingue également six fonctions de l'alternance codique qui sont semblables aux fonctions de la communication de Jakobson : « *la fonction référentielle, la fonction directive, la fonction expressive, la fonction phatique, la fonction métalinguistique et enfin la fonction poétique* ».

La Fonction Référentielle est utilisée afin de satisfaire l'incompétence langagière du locuteur ou bien lorsque l'alternance codique est jugée plus convenable par le bilingue.

La Fonction Directive permet au bilingue d'inclure ou d'exclure les interlocuteurs selon la situation.

La Fonction Expressive sert à donner une identité au locuteur et devient un mode de communication en lui-même.

La Fonction Phatique permet de montrer un changement de ton dans l'échange verbal.

La Fonction Métalinguistique est utilisée pour prouver les compétences et connaissances sur le code linguistique dans les deux langues.

La Fonction Poétique permet au bilingue d'ajouter une dimension poétique dans ces énoncés.

La Typologie de Poplack (1980)

Poplack (1988, p.23) définit l'alternance codique comme « *la juxtaposition de phrases ou de fragments de phrases, chacun d'eux est en accord avec les règles morphologiques et syntaxiques (et éventuellement phonologiques) propres à sa langue de provenance* ».

La typologie de Poplack (1980 ; 1988, p.23) prend en compte l'aspect fonctionnel et l'aspect formel de l'alternance codique. Ainsi, elle distingue trois types d'alternance codique qui sont l'alternance codique extra-phrastique, intra-phrastique et inter-phrastique.

L'alternance codique extra-phrastique : il s'agit d'une situation où le bilingue introduit des expressions idiomatiques ou des proverbes. Deux exemples suivants, tirés du corpus de notre recherche illustrent ce type d'alternance :

Ex.1. « **Vallah mı** J'espère que je vais pas penser comme toi ! »

Ex.2. « Moi je te dis tout de suite ça va rien changer... **Hemen cürütiyim tezinizi**, écoute moi s'il te plaît **Allah aşkına** et soyez honnête s'il vous plaît **elinizi viçdanıza koyun (...)** ».

L'alternance codique inter-phrastique : il s'agit de la situation où le bilingue réalise des phrases entières ou segments longs alternés dans l'une ou l'autre langue, « *lorsque l'on trouve un syntagme ou même une phrase en français dans un énoncé en langue maternelle* » (Canut et Caubet, 2002, p.120). Voyons les exemples suivants :

Ex.1. « Mais par exemple, **hani Türkiye'nin tarihi falan onunla ilgili bilgim olmadığı için bu konulardaki sohbetlerde** je ne savais rien et du coup **katılamıyordum**, j'arrivais pas à dire mon point de vue ».

Ex.2. « Oui c'est ouvert de partout, **kapalı yer yok ki burda** ».

L'alternance codique intra-phrastique : il s'agit de la situation où le bilingue utilise les deux langues dans une même formulation, comme illustrent les deux exemples suivants :

Ex.1. « Et aussi **bence** en Turquie ils sont plus « *misafirperver* » comment dire **misafirperver** euh c'est à dire qu'il accueillit mieux ».

Ex.2. «Un autre exemple mon **akraba** qui est prof il a un fils qui passe devant le commissariat il voit un mec qui se fait taper ».

Comme nous pouvons le constater à travers les définitions typologiques ci-haut, une des fonctions de l'alternance codique est de faciliter l'échange verbal en comblant des lacunes langagières, elle est donc utilisée comme une stratégie de communication.

La Stratégie de Communication

La communication est lorsqu' « *un utilisateur de la langue s'engage dans un acte de communication avec un ou plusieurs interlocuteurs afin de répondre à un ou des besoins dans une situation donnée* » (CECR, 2001, p.46). Elle peut se produire aussi bien à l'écrit qu'à l'oral, par la réception, l'interaction, la production et enfin la médiation (CECR, 2001, p.48).

L'essence même de la communication provient de quatre domaines selon le CECR (2001) ; le domaine privé, le domaine public, le domaine professionnel et le domaine éducationnel. Néanmoins quel que soit le domaine de la communication, afin d'établir une communication parfaite, il est indispensable que le locuteur et l'interlocuteur disposent d'un code commun c'est-à-dire la même langue, mais encore plus d'une intention de communication précise.

La stratégie de communication est un moyen utilisé par le locuteur lors d'une difficulté langagière afin d'atteindre son objectif communicatif (Corder, 1983, p.16).

Selon le CECR la stratégie de communication est : « *le moyen utilisé par l'utilisateur d'une langue pour mobiliser et équilibrer ses ressources et pour mettre en œuvre des aptitudes et des opérations afin de répondre aux exigences de la communication en situation et d'exécuter la tâche avec succès et de la façon la plus complète et la plus économique possible en fonction de son but précis* » (CECR,2001, p.48).

Ainsi, le CECR considère-t-il la stratégie de communication plus comme une activité ordinaire utilisée par les natifs d'une langue donnée que « comme une façon de remédier à un déficit langagier ou à une erreur de communication » (CECR, 2001, p.48).

La stratégie de communication stipule une multitude de technique possible, comme la reformulation, la substitution par un terme générique, un synonyme ou un pronom, une description ou une définition, une demande d'aide, par exemple « comment dire ? », appel à la deuxième langue, c'est-à-dire l'alternance codique, mais également aux gestes et mimiques.

Selon Barillot (2002, p.119-134), l'alternance codique est une stratégie de communication utilisée par le bilingue, afin de réaliser une meilleure communication. Ce dernier « *...use de toutes ses compétences langagières afin de mieux faire passer le message. Parmi ces compétences, on trouve l'utilisation de plusieurs langues dans le même discours : il s'agit du code switching, l'utilisation de deux ou plusieurs langues dans le même discours* » (ibid.).

Selon Tarone (1980) la stratégie de communication est « *une tentative mutuelle de deux interlocuteurs pour se mettre d'accord sur un sens dans des situations où les structures de sens requises ne sont pas partagées* ». Toujours selon Tarone (1980), il existe cinq groupes essentiels de la stratégie de communication qui sont : « *l'évitement (évitement du thème et abandon du message) ; la paraphrase (approximation, mot fabriqué –word coinage- et circonlocution) ; l'emprunt (traduction littérale et interférence - language switch-) ; l'appel à l'aide ; le mime* ».

Surtout avec l'adoption de l'approche actionnelle par le CECR, le but de l'enseignement des langues étrangères n'est plus de transmettre une « *bonne conscience linguistique* », mais de communiquer en langue étrangère (Kramsch, 1991, p.6). Le CECR (2001, p.48) ne considère donc pas les stratégies de communication comme simple et unique signe de « *déficit langagière* ».

Dörnyei (1995, p.63-64) dans son œuvre « *On the teachability of communication strategies* » a mis au jour les bienfaits des stratégies communicatives dans l'apprentissage des langues étrangères. Il affirme que pour introduire les stratégies de communication en classe, il est important d'inciter les apprenants à les adopter, d'exposer des exemples d'emploi des stratégies de communication, de montrer les différences interculturelles dans l'emploi de celles-ci mais également de fournir l'opportunité aux apprenants de les pratiquer. Corder (1983, p.55) accepte également que celles-ci ont une influence positive dans l'apprentissage de la langue étrangère, de ce fait ils jugent qu'il est essentiel d'en faire prendre conscience aux apprenants.

Causa (2002) vise l'emploi de l'alternance codique des enseignants natifs dans l'enseignement de la langue étrangère. Les données ont été récoltées pendant les cours d'italien de 4 enseignants bilingues (français et italien) en France. À la suite de l'observation des cours, Causa (2002) affirme que « *l'usage des deux langues est naturel dans la classe de langue étrangère ou seconde, même si l'ambition est de ne parler qu'une seule langue, à savoir la langue cible* ». L'emploi de l'alternance codique des enseignants est une stratégie quel que soit leur niveau de maîtrise.

Selon les résultats de la recherche effectuée par Şavlı et Yonucuoğlu (2015), le rôle de l'alternance codique dans les interactions des bilingues est multiple tel que confirmer son discours, insister sur une remarque, une reprise ou une correction, « *maintenir ou relancer l'attention* ». L'alternance codique est utilisée par les enseignants et les apprenants pour effectuer la traduction, ou l'affirmation et ou la confirmation.

Par ailleurs, Aydınalp (2017) a effectué une étude phénoménologique avec quatre étudiants bilingues franco-turcs qui poursuivent leurs études universitaires en Turquie, afin de décrire la structure thématique de l'expérience de l'alternance codique. D'après les résultats, 4 points essentiels ressortent, « *mémoire-oubli, identité-altérité, communication-blocage, anxiété-tranquillité* ». Les réponses obtenues par les bilingues justifient que l'alternance codique n'est pas seulement une stratégie linguistique structurelle ou conversationnelle, mais également un paramètre contextuel, communicationnel et socioculturel. Selon les réponses, les motivations de l'alternance codique qui ressortent sont d'ordre psychologique, communicationnel, personnel ou sociologique : « *Réduire l'anxiété (psychologique), renforcer la motivation (psychologique), faciliter la communication (communicationnel), inhiber le blocage (communicationnel), réduire les malentendus dans le cas de l'oubli (personnel), développer une solidarité en groupe (sociologique)*. » (Aydınalp, 2017).

Enfin, Ertek (2017) a réalisé une étude sur le développement du lexique en production et compréhension orales en turc (L1) et en français (L2) auprès d'enfants bilingues franco-turcs âgés de 6 à 10 ans en classe de CP, CE2 et CM2 en comparaison aux monolingues français et turcs de même âge en France et en Turquie. Les résultats montrent que les élèves ont tendance à faire de nombreuses sous-extensions surtout pour les enfants qui fréquentent les classes de CE2 et CM2 alors que les élèves de CP ont l'habitude de faire des sur-extensions en turc et en français. Par ailleurs, les enfants bilingues optent très souvent pour la catégorisation des réponses, l'approximation et la traduction surtout de la L1 vers la L2. Ertek analyse le répertoire linguistique des enfants bilingues en pointant les différents phénomènes tels que l'interférence, l'interlangue ainsi que la transformation de la langue d'origine comme l'emprunt intégral, l'emprunt hybride, le faux emprunt et le calque. Elle met en avant des corrélations fortes et positives : « *plus la L1 est maîtrisée, plus la L2 l'est aussi* » (Ertek, 2017, p.9).

MÉTHODOLOGIE

L'Objectif du Travail

L'objectif principal de cette recherche est d'identifier les caractéristiques des pratiques langagières des bilingues franco-turcs en Turquie. Il s'agit de comprendre comment, dans quelles situations et pour quelles fins, les étudiants bilingues utilisent l'alternance codique entre eux.

Cette étude permettra de prendre conscience de l'usage de l'alternance codique français-turc et de catégoriser les types de stratégies utilisées par les participants. Elle permettra non seulement de décrire l'utilisation de l'alternance codique mais aussi de prendre connaissance des lacunes culturelles, lexicales et grammaticales des bilingues dans leurs deux langues.

Cette recherche nous permettra également d'identifier les difficultés rencontrées par les bilingues franco-turcs venus en Turquie pour étudier le FLE et d'analyser les influences de l'alternance codique sur leur compétence de communication dans les deux langues.

Dans le cadre de ces objectifs, nous chercherons des réponses aux questions suivantes :

1. Quelle langue préfèrent les étudiants franco-turcs ?
2. Dans quelle situation les étudiants préfèrent-ils utiliser le français ou le turc ?
3. Existe-il une relation entre l'alternance codique et la stratégie de communication ?
4. Quel sont les mots qui sont interférés ?
5. Quel type de relation existe-t-il entre le choix de la langue et l'appartenance culturelle ?
6. Dans quelles situations les locuteurs ont-ils recours aux activités d'alternance codique ? Est-ce qu'il s'agit du domaine privé, personnel, public, professionnel, et/ou éducationnel (CECR) ?
7. Quelles sont les fonctions de l'alternance codique utilisée par les bilingues ?
8. Quels sont les opinions des participants en ce qui concerne les motifs d'usage de l'alternance codique ?

La Méthodologie de la Recherche

Notre recherche visant à analyser les productions orales des étudiants bilingues Français-Turcs en Turquie, plus précisément, d'observer l'usage de l'alternance des codes dans leurs interactions comme stratégie de communication, nous amène à opter pour l'étude de cas sous forme de méthode qualitative. L'étude de cas, consiste selon Hamel (1997, p.10), « à rapporter un événement à son contexte et à le considérer sous cet aspect pour voir comment il s'y manifeste et s'y développe ». Autrement dit, il « s'agit, de saisir comment un contexte donne acte à l'événement que l'on veut aborder » (ibid.).

Les Participants

Comme la méthode qualitative permet de travailler avec un petit échantillon afin d'étudier le phénomène en profondeur, notre groupe de recherche est composé de 5 étudiants de licence de l'année 2018/ 2019 du Département de Français Langue Étrangère de l'Université Anadolu. Notre échantillon est choisi d'une manière ciblée et non aléatoire (Miles et Huberman, 1993, p. 27). Les participants sont des étudiants bilingues issus de familles immigrés de France ou de Belgique, de ce fait ils sont connotés comme des bilingues français-turcs (franco-turcs). Ces derniers ont une maîtrise plus ou moins égale dans les deux langues.

Les Outils de Collecte de Données

Afin d'atteindre notre objectif, nous avons opté pour l'observation participante périphérique (Adler et Adler, 1987) qui nous semble la plus appropriée. Il s'agit d'une situation où l'observateur participe suffisamment avec les participants étudiés, au point d'être considéré comme un membre, sans toutefois participer aux activités observées. Donc l'observateur doit rester à une certaine distance du phénomène observé. D'après Hughes (1996), ce type d'observation est comme « *un équilibre subtil entre le détachement et la participation* ».

Le deuxième procédé que nous avons utilisé est l'entretien semi-dirigé. Il s'agit d'une technique de communication permettant d'obtenir directement des données objectives et descriptives des participants. Cette technique qui offre une analyse plus approfondie permet au chercheur de découvrir les avis et impressions des participants. Les questions de l'entretien semi-dirigé sont précisées par l'observateur et un spécialiste. Elles ne sont pas pourtant absolues, lorsque l'observateur juge nécessaire, certaines questions peuvent être supprimées, transformées ou de nouvelles questions peuvent être ajoutées lors de l'entretien (Türnüklü, 2000).

C'est pourquoi, nous pouvons dire que l'entretien semi-dirigé nous a permis d'obtenir plus de détails sur la recherche mais aussi de renforcer la validité de nos premières données.

Afin d'assurer la règle de « *triangulation des données* » il est indispensable, dans l'étude de cas, d'avoir recours à plusieurs sources de données (Yıldırım et Şimşek, 2013, p. 97). C'est pourquoi pour aboutir à notre fin tout en permettant la fidélité des données, nous avons eu recours à la fois à l'entretien et à deux observations à deux dates différentes.

Les deux observations ont été réalisées avec 5 étudiants bilingues français-turcs alors que l'interview semi-structurée a été adressée à 4 de ces participants sélectionnés sur une base de volontariat.

PRÉSENTATION ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS

L'Entretien Semi-dirigé

D'après l'entretien semi-dirigé effectué avec 4 participants, nous avons relevé que pour tous les participants, le choix de langue dépend majoritairement du lieu de l'échange ; le français est préféré en France, le turc est aussi parlé en Turquie et en France, entre amis et à la maison. Les deux langues sont donc utilisées à une même fréquence dans le domaine privé, alors que dans d'autres domaines, la langue du pays où l'échange se réalise porte une importance significative.

Selon les réponses concernant l'appartenance culturelle, les participants déclarent tous être au contact de la culture turque à la maison, dans leurs vies privées et donc elle est omniprésente dans leurs vies en France (Belgique) ou en Turquie. Pour la langue turque, les participants évoquent quelques difficultés dans la communication orale qui ont été satisfaites avec la pratique, en Turquie. Certes, les deux langues sont pratiquées plus ou moins régulièrement mais la localisation des bilingues influencent la maîtrise de leur langue. Dans la période où ils vivaient dans un pays francophone, le français disposait un usage abondant, alors qu'aujourd'hui, du fait de vivre dans un milieu exogène, ils déclarent tous une limitation dans l'usage du français qui a pour conséquence de perdre la fluidité dans cette langue. Selon les réponses données par les bilingues la maîtrise de la langue des bilingues franco-turcs dans la communication orale, dépend de plusieurs facteurs tels que, la fréquence d'utilisation de la langue, le lieu de naissance, le lieu de scolarisation et de l'effort personnel du locuteur. Le tableau 1 ci-dessous présente la place et le rôle de l'alternance codique chez les français-turcs.

Tableau 1. Les Opinions des Participants sur l'Alternance Codique

N= participant	Signification de l'alternance codique	Le sentiment crée chez les bilingues par l'AC	L'usage de l'AC conscient et/ou inconscient	Rôle de l'interlocuteur dans l'AC (bilingue/ non bilingue)
Participant 1	Un phénomène multiculturel.	Chanceux.	Ça dépend.	Amis, famille personne proche / Usage à un non bilingue de l'AC.
Participant 2	Une facilité.	Chanceuse/ un avantage.	Ça dépend.	Amis, famille, personne proche/ Usage à un non bilingue de l'AC.
Participant 3	Une facilité.	Gêne seulement envers les inconnus.	Ça dépend.	Amis, famille, personne proche/ Usage à un non bilingue de l'AC.
Participant 4	Une facilité.	Sans plus.	Ça dépend.	Amis, famille, personne proche/ Usage à un non bilingue de l'AC.

Les bilingues franco-turcs ne perçoivent pas l'alternance codique comme une défiance mais bien au contraire, comme un médian propre au bilingue, permettant de surmonter les obstacles, lors des interactions entre bilingues. Pour eux, il s'agit d'un avantage facilitant la communication, donc d'une stratégie de communication.

P2 : « *C'est le premier mot qui nous vient à l'esprit, c'est le chemin le plus facile et rapide* ».

P3 : « *On utilise lorsqu'on est à l'aise avec la personne en face donc ça dépend de la personne qui est en face, c'est un truc psychologique un truc qu'on fait quand on n'a pas envie de réfléchir* ».

P4 : « *Si c'est avec une personne que je suis proche alors pourquoi me casser la tête quoi, c'est ce qui me vient à la tête le premier* ».

P1 : « *C'est un truc multiculturel ça montre qu'on a les deux cultures et qu'on fait un mélange par exemple c'est comme porter le collier turc avec un t-shirt PSG c'est un mélange aussi et je pense qu'on a de la chance d'avoir ces deux cultures et ces deux langues* ».

Enfin les habitudes verbales des locuteurs influencent le choix des mots. Mais encore, le signifié, la valeur du mot dans la langue parlée, c'est-à-dire la réalité culturelle aurait un effet dans l'adoption des mots par les bilingues français-turcs. Nous pouvons ajouter à cela, l'effet de la culture et de la religion du locuteur et celles de son interlocuteur dans le choix de la langue. Le tableau ci-dessous présente l'usage de l'alternance codique des bilingues franco-turcs et l'effet produit sur eux.

Tableau 2. L'Usage de l'Alternance Codique

N= participant	Situation de l'AC/ Raison de l'usage de l'AC	Influences de l'AC sur la vie scolaire des bilingues	Rôle de l'interlocuteur dans le choix de langue des bilingues
Participant 1	Vie privée avec les proches. Aime mélanger les deux cultures, oublie, incapacité, écarter autrui.	Indécis.	Influence de choix de langue de l'interlocuteur.
Participant 2	Vie privée avec les proches. Facilité des échanges, oublie, incapacité.	L'habitude de mélanger a une influence négative dans l'expression écrite et orale.	Influence de choix de langue de l'interlocuteur
Participant 3	Vie privée avec les proches. Facilité, oublie, incapacité.	Une influence positive : Habitue de mélanger permet de progresser.	Influence de choix de langue de l'interlocuteur
Participant 4	Vie privée avec les proches. Facilité, écarter autrui.	L'habitude de mélanger a une influence négative : empêche de se perfectionner dans l'une des deux langues.	Influence de choix de langue de l'interlocuteur

Selon le tableau 2, tous les participants utilisent l'alternance codique dans leurs vies privées, avec leurs proches, plus précisément leurs amis et les membres de la famille. En ce qui concerne l'influence de l'usage de l'alternance codique sur la vie scolaire, le premier participant reste indécis, le deuxième déclare un effet négatif sur la compétence orale et écrite, le troisième participant pense que c'est une bonne occasion pour faire des progrès, alors que le quatrième la considère comme un obstacle qui empêche de se perfectionner dans une des deux langues.

Cette stratégie peut intervenir à tout moment dans la conversation des bilingues. Le but principal est de transmettre l'information à son interlocuteur et de se faire comprendre. Néanmoins son utilisation n'est pas systématiquement intentionnelle, il arrive de recourir à l'alternance codique à un non bilingue de manière inconsciente. La motivation de l'alternance codique est plus ou moins similaire pour chaque bilingues français-turcs : oublie, incapacité, facilité, appartenance à une culture, écarter autrui, la réalité culturelle. Finalement, tous les participants pensent que le choix de langue de son interlocuteur fait un effet sur son propre choix de langue, comme le montre les exemples tirés des réponses des participants.

P1 : « *Bein ça m'influence forcément, par exemple si tu m'aurais posé cette question en turc j'aurais forcément répondu en turc, si la personne qui me parle mélange les deux langues je mélangerais aussi* ».

P2 : « *Bein si la personne en face elle utilise les deux langues cela va forcément m'influencer, je vais être plus à l'aise pour utiliser les deux langues alors que si la personne en face même si elle est bilingue elle utilise que le français bien je vais faire un effort quand même d'utiliser la seule langue par exemple que le français et pas le turc* ».

P3: « *Bein si elle me parle en français je parle en français si elle parle en turc je parle en turc et si elle mélange je suis plus à l'aise et je mélange aussi plus tranquillement* ».

Quant au choix de langue des participants, lorsqu'il s'agit d'un mot ayant un caractère culturel précis, lors d'une communication avec un bilingue, tous les participants interviewés, préfèrent utiliser ce mot avec une valeur culturelle. Ils préfèrent par exemple utiliser le mot « *milliyetçi* » au lieu de « *nationaliste* », la raison de leurs choix est identique ; selon eux le mot « *milliyetçi* » aurait plus de valeur pour les turcs et également une utilisation plus intense que son équivalent en français, donc c'est une question culturelle. De même pour les mots « *inchallah* », « *vallah* » et « *misafirperver-hospitalier* ».

Dans le tableau 2 le rôle de l'alternance codique utilisé par les participants est justifié. Nous pouvons conclure que selon la majorité des participants, l'alternance codique permet de faciliter la communication, inhiber le blocage et de combler les lacunes, comme l'oubli et l'incapacité. Pour les participants P1 et P4, l'emploi de l'alternance codique permet quelquefois de développer une solidarité en groupe, en s'exprimant dans la deuxième langue afin d'exclure autrui.

L'Observation

Selon les discours transcrits, nous avons constaté, au niveau syntaxique, la présence dominante de l'alternance codique du style intra-phrastique et inter-phrastique. L'alternance codique intra-phrastique est légèrement plus utilisée que l'autre.

Tableau 3. La Répartition du Corpus d'après la Typologie de Poplack (1980, p.581-618)

Intra-phrastique	Inter-phrastique	Extra-phrastique
44 Passages	35 Passages	4 Passages

Selon les interactions analysées, les fonctions communicatives que l'on rencontre sont les suivantes : citation, référentielle, interjection, modalisation, réitération, et désignation. Les fonctions les plus dominantes sont la fonction référentielle, la fonction de modalisation d'un message et la fonction interjection.

D'après la catégorisation de Gumperz (1989) et d'Appel et Muysken (1987), la fonction la plus usitée est la fonction référentielle avec une fréquence sur 35 passages. Puis, il s'agit de la fonction de modalisation d'un message qui relevée dans 31 passages. Enfin, la fonction d'interjection est retenue dans 21 passages. Pour terminer, la fonction de citation et de réitération sont toutes deux utilisées dans 8 passages.

Tableau 4. La Répartition du Corpus d'après la Catégorisation de Gumperz (1989), d'Appel et Muysken (1987, p.27)

LaLa La Fonction de citation	La fonction d'interjection	La fonction de réitération	La fonction de modalisation d'un message	La fonction de désignation	La fonction référentielle
8 Passages	21 Passages	8 Passages	31 Passages	2 Passages	35 Passages

Cette recherche nous a permis d'observer les différentes raisons, fonctions de l'alternance codique des bilingues français-turcs. Nous avons distingué des facteurs externes (extralinguistiques) liés aux aspects

sémantiques du discours et des facteurs internes (linguistiques) liés aux caractéristiques de la langue parlée. La langue choisie par le bilingue est influencée par diverses motivations comme la sémantique, le déclenchement, la culture, les habitudes, l'incompétence, la volonté de confirmer le message, le renforcement, etc.

Certains bilingues adoptent dans leur échange, l'alternance codique moins intensément que d'autres bilingues. Il s'agit tout particulièrement des participants 1 et 2 qui utilisent plus fréquemment l'alternance codique que les participants 3 et 4. Quant au participant 5, il a une utilisation d'alternance codique très limitée, une utilisation simplement à fonction référentielle. Ainsi, la fréquence d'usage de l'alternance codique n'est pas au même degré pour chaque bilingue franco-turc.

En somme, les bilingues français-turcs communiquent avec aisance, sans véritables pauses et hésitation. Certes, l'alternance codique permet sûrement d'éviter les pauses, les hésitations et de réduire les malentendus, mais également de renforcer leur communication.

CONCLUSION ET PROPOSITIONS

L'analyse des résultats obtenus nous permet de déduire cinq points importants :

1. L'Usage de la langue française et de la langue turque des bilingues français-turcs.

Selon les entretiens réalisés, deux participants déclarent disposer d'une maîtrise semblable dans les deux langues alors que le troisième participant déclare disposer de quelques difficultés dans la langue turque. Quant au quatrième participant, il déclare disposer de quelques difficultés aujourd'hui dans la fluidité de la langue française, à cause d'une pratique limitée de ce dernier en Turquie.

Selon les bilingues, les raisons qui influencent la maîtrise de la langue sont, le lieu de naissance, donc la France (ou pour certains, un autre pays francophone), le lieu de la scolarisation mais également le besoin et l'envie personnelle de pouvoir s'exprimer correctement dans les deux langues. Les deux langues sont pratiquées dans leurs vies privées entre famille, amis, à des fréquences variables selon le pays dans lequel ils se situent. Le pays où ils se localisent influence certainement l'usage de la langue et sa maîtrise. Aujourd'hui, tous les participants déclarent que la pratique du français en Turquie est limitée, ce qui influence la fluidité de la langue. Le choix de la langue est également fait en fonction de l'interlocuteur, du thème et du sujet abordé.

2. La Relation entre la langue et la culture.

D'après les interviews, tous les bilingues franco-turcs ont déclaré être proches à la culture turque. La culture turque a une place dominante au sein des participants. À la maison, la culture de la famille est transférée par l'intermédiaire du turc, par conséquent les participants ont été en contact dans une grande partie à la culture et à la langue turque. L'influence de la culture dans le choix de la langue est nettement visible dans les interactions des bilingues.

3. L'Usage de l'alternance codique des bilingues français-turcs.

D'après les interviews, l'alternance codique se présente surtout dans la vie privée avec les personnes proches (la famille, les amis). L'alternance codique est régulièrement utilisée de manière consciente avec les bilingues.

L'alternance codique permet de faciliter la communication, de combler les lacunes (oublie, incompétence), de marquer l'appartenance culturelle, d'écarter l'autre, de renforcer le message, d'éviter les pauses, les silences longs qui pourront risquer un échec de communication et enfin les malentendus.

Enfin au niveau syntaxique, on observe la présence dominante de l'alternance codique du style intra-phrastique et inter-phrastique. La fonction référentielle, la fonction de modélisation et la fonction de réitération sont plus fréquentes dans les interactions.

4. La Relation de l'alternance codique et la stratégie de communication.

L'alternance codique pratiquée par les bilingues français-turcs comme stratégie de communication apparaît sous différentes fonctions :

- Comblent les lacunes lexicales en utilisant la fonction référentielle.
- Éviter les pauses et les hésitations afin de ne pas nuire à la fluidité de la communication.
- Renforcer l'intention du message par la fonction de réitération ou de modélisation.
- Marquer l'appartenance culturelle afin de créer un certain rapprochement avec son interlocuteur, ou écarter l'autre
- Montrer ou prouver sa sincérité par la fonction d'interjection et référentielle.
- Mettre en accord son discours avec la réalité culturelle à laquelle le mot fait référence.

5. Les Arguments des bilingues sur l'usage de l'alternance codique.

Tous les participants interviewés avouent s'exprimer plus ou moins correctement dans les deux langues. Selon eux, l'alternance codique est une stratégie utilisée afin de subvenir à leurs besoins. Mais également tous les participants estiment également que l'alternance codique est une chance, un avantage.

Les Propositions Pédagogiques

- Les résultats obtenus ne peuvent être exhaustifs en raison du nombre limité de participants. Néanmoins, il est important d'inciter les étudiants à utiliser les deux langues dans tous les domaines afin de permettre l'évolution des deux langues.
- Il est essentiel de sensibiliser les bilingues à la stratégie de communication.
- Il est essentiel de sensibiliser les bilingues à l'usage de l'alternance codique.
- Il est important d'inciter les étudiants à devenir des bilingues interculturels
- Pour les bi-plurilingues, nous conseillons de ne négliger aucune langue au détriment d'une autre car elles s'influencent mutuellement.
- Les enseignants pourraient inciter les apprenants bilingues à utiliser les deux langues, surtout en situation de migrations.
- Dans les programmes de l'enseignement des langues étrangères, il serait utile d'insérer des cours sur les stratégies de communication.
- Il serait intéressant de regrouper les étudiants bilingues immigrés dans une classe et d'adapter l'enseignement en fonction de leurs besoins. Cela leur permettrait très certainement d'évoluer rapidement avant de se spécialiser dans l'enseignement des langues étrangères.

Les Propositions pour les Prochaines Recherches

- Face à l'immigration qui ne cesse d'augmenter, les recherches pédagogiques sur le bilinguisme des immigrés demeurent insuffisantes en particulier sur la question du bilinguisme franco-turc.
- Peu de recherches ont été effectuées dans le domaine de l'alternance codique des franco-turcs. D'autres recherches sur l'usage de l'alternance codique de ces derniers comme stratégie de communication peuvent être réalisées.
- Les recherches sur le bi-pluriculturalisme sont limitées aussi. Le bilinguisme et la culture étant des réalités indissociables, il est important de les élaborer en même temps.

- Il serait intéressant de réaliser des recherches sur le nouveau phénomène qui ne cesse d'augmenter qui est le retour dans le pays d'origine des immigrés.
- Pour notre recherche nous avons pu regrouper seulement un échantillon de cinq participants. Néanmoins, avec un échantillon plus important, les données seraient plus fiables et plus généralisables.
- Pour les prochaines recherches concernant le bilinguisme des immigrés et leur compétence orale, nous pouvons conseiller de réaliser des observations dans un milieu plus naturel comme les cours de langue, pendant les temps de pauses de cours, etc.
- Nous proposons également d'analyser les interactions des bilingues dans différents types de discours.
- Les futures recherches peuvent prendre la forme d'une étude plus détaillée. Il est notamment possible de regrouper les bilingues français-turcs de FLE volontaires dans une classe et d'analyser leurs interactions.
- Les futures recherches peuvent également analyser si l'usage de l'alternance codique porte un effet dans la production écrite des bilingues.
- L'analyse sur l'usage de l'alternance codique des futurs enseignants de FLE dans la classe serait également enrichissante.
- Les futures recherches peuvent également faire une comparaison entre l'alternance codique des bilingues équilibrés et des bilingues dominants.

RÉFÉRENCES

- Adler, P-A. et Adler, P. (1987). *Membership roles in field research*. Newbury Park: Sage.
- Akıncı, M.A. (2016). Le bilinguisme des enfants turcophones issus de familles immigrées. H. Christine et J. Erfurt (Eds.), dans *l'Education Bilingue en France. Politiques Linguistiques, Modèles et Pratiques* (473-487). Limoge: Éditions Lambert-Lucas. (Consulté le 10.05.2019) file:///C:/Users/hp/Downloads/61art-AkinciStrasbourg2016.pdf
- Akıncı, M.A. (2001). Développement des compétences narratives des enfants bilingues turc français en France âgés de 5 à 10 ans. Préface de D.I. Slobin, München: LINCOM.
- Akıncı, M.-A., De Ruiter J.J., Sanagustin F. (2004). *Le plurilinguisme à Lyon : le statut des langues à la maison et à l'école*. Paris : L'Harmattan.
- Appel, R. et Muysken, P. (1987). *Language Contact and Bilingualism*. New York, Edward Arnold.
- Aydinalp, E.B. (2017). Alternance codique comme un phénomène langagier, social et culturel- une étude phénoménologique sur la minorité turc vivant en France : *The Journal of Academic Social Science Studies*, (3), 201-212.
- Barillot, N. (2002). «Code switching arabe marocain / français : remarques générales et aspects prosodiques », in, CANUT, C. et CAUBET, D. (eds). *Comment les langues se mélangent. Codeswitching en Francophonie*, Paris : L'Harmattan.
- Canut, C. (2002). Introduction. In Canut, C. et Caubet, D. (Eds.), *Comment les langues se mélangent. Codeswitching en francophonie*, Paris : L'Harmattan, 21-32.
- Caubet, D. (2002). Comment appréhender le code-switching ? in, Cécile Canut et Dominique Caubet, (Eds.), *Comment les langues se mélangent. Codeswitching en francophonie*, Paris: L'Harmattan, 21-32.
- Causa, M. (2002). *L'alternance Codique dans l'Enseignement d'une Langue Etrangère*. Bern/New York: Peter Lang.
- Conseil de l'Europe. (2001). *Le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues : Apprendre, Enseigner, Evaluer [CECR]*. Paris : Didier.
- Corder, S. P. (1983). Strategies of Communication. In C. Faerch, & G. Kasper (Eds.), *Strategies in Interlanguage Communication*. London: Longman.
- Dörnyei, Z. (1995). On the teachability of communication strategies. *TESOL Quarterly*, 29, 55-85.(Consulté le 14.05.2019).

- Ekiz, D. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara : Anı.
- Ertek, B. (2017). *Développement du vocabulaire en turc et en français d'élèves bilingues franco-turcs et monolingues turc et français âgés de 6 à 10 ans*. Thèse de doctorat non publiée, Rouen: Université de Rouen Normandie.
- El Euch, S. (2010). L'organisation cognitive chez un plurilingue est-elle composée, coordonnée ou ...hybride ? *Synergies Monde*, (7), 41-50. (Consulté le 8.02.2019) https://gerflint.fr/Base/Monde7/el_euch.pdf
- Gardner-Chloros, P. (1983). Code -Switching: Approches principales et perspective. *La Linguistique*. (19), 21-53. (Consulté le 6.06.2019). <http://www.jstor.org/stable/30248927>
- Grosjean, F. (1993). Le bilinguisme et le biculturalisme : essai de définition. *Travaux Neuchâtelois de Linguistique*, 13-42.
- Gumperz, J-J. (1989). *Sociolinguistique Interactionnelle: Une Approche Interprétative*. Paris: l'Harmattan.
- Hamel, J. (1997). *Étude de Cas et Sciences Sociales*, Paris, L'Harmattan.
- Hamers, J et Blanc, M.H.A. (1983). *Bilinguisme et Bilingualité*. Bruxelles : Mardaga.
- Hamurcu-Süverdem, B. (2015). *Développement du turc et du français en situation de bilinguisme précoce. Le cas d'enfants d'origine turque scolarisés en maternelle*. Thèse de Doctorat. Rouen: Université de Rouen, Les Sciences du Langages.
- Hughes, E-C. 1996. La place du travail de terrain dans les sciences sociales, in *Le Regard Sociologique*. Paris: EHESS.
- Kramsch, C. (1991). *Interaction et Discours dans la Classe de Langue*. France : Didier.
- Lüdi, G. et Py, B. (2003). *Être Bilingue*. (3ème édition). Berne : Peter Lang.
- Miles, M.B. et Huberman, A.M. (2003). *Analyse des Données Qualitatives . Recueil de Nouvelles Méthodes* : Boeck.
- Poplack, S. (1988). Conséquences linguistiques du contact de langues : un modèle d'analyse variationniste. *Langage et société*, (43), 23-46.
- Poplack, S. (1980). 'Sometimes I'll start a sentence in Spanish y termino en español': Toward a typology of code-switching. *Linguistics*, 18(7/8): 581-618.
- Stoll, C. (1997). Le bilinguisme : une approche typologique. *Bulletin APLV*, (54). (Consulté le 20.10.17). <http://averreman.free.fr/aplv/num54-frames.htm>
- Şavlı, F. & Yonucuoğlu, A. (2015). Une Etude de Cas sur L'utilisation de L'alternance Codique Dans L'enseignement Précoce. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (28), 385-400.
- Tarone, E. (1980). Communication strategies, foreigner talks, and repair in interlanguage. *Language Learning*, 30, 417-431.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitim bilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetim*, 6 (4), 543-559.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:24.03.2021 ✓Accepted/Kabul:22.06.2021

DOI:10.30794/pausbed.902702

Araştırma Makalesi/ Research Article

Çatalkılıç, D. (2021) "Uzunayla Çerkeslerinde Kolektif Kimliğin Sembolik Biçimlenmesi: 21 Mayıs 1864", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 61-73.

UZUNYAYLA ÇERKESLERİNDE KOLEKTİF KİMLİĞİN SEMBOLİK BİÇİMLENMESİ: 21 MAYIS 1864*

Didem ÇATALKILIÇ**

Öz

21 Mayıs 1864 tarihi Rus-Kafkas savaşlarının bitişi olarak kabul edilen sembolik bir tarihtir. Bu tarihin hatırlanması için her yıl hem Türkiye’de hem de Kafkasya’da anma törenleri düzenlenmektedir. Bir hafıza mekânı olan bu törenler Çerkes toplumu için kolektif kimliğin inşasını sağlamakta ve Çerkesler için kimliği biçimlendirmektedir. 2017 yılında Kayseri’nin Pınarbaşı ilçesine bağlı Çerkes köylerinde gerçekleştirdiğimiz alan çalışmamızda kaynak kişilere sorduğumuz sorular üzerinden bu tarihin kolektif kimliğin oluşumundaki rolü incelenmiştir. Uzunayla Çerkeslerinin her yıl düzenledikleri törenlerde semboller ve ritüeller yoluyla kolektif kimliği tahkim ettikleri tespit edilmiştir. Bu çalışmada 21 Mayıs 1864 tarihi, Kefken anıt mezarı ve balık tüketimi hakkındaki algının nasıl oluştuğu ve algıdaki farklılıklara nelerin etki ettiği incelenerek alana katkı sağlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Kafkasya, Kimlik, Sürgün, Tören, Uzunayla.*

SYMBOLIC FORMATION OF THE COLLECTIVE IDENTITY OF UZUNYAYLA CIRCASSIAN: 21 MAY 1864

Abstract

May 21, 1864 is a symbolic date marking the end of the Russian-Caucasus wars. Every year commemorations are organised in both Turkey and Caucasus to remember this momentous of 1864. Serving as a realms of memory, these commemorations enable the construction of collective identity for Circassians and they also shape the identity for the Circassian. In our field research that was conducted in 2017, in the Circassian villages of Pınarbaşı, Kayseri, by means of questions directed at the informants, the role this date plays in terms of the construction of collective identity was analysed. It is determined that Circassians of Uzunayla reinforced the collective identity through symbols and rituals in these annual commemorations. This research studies the perception and acknowledgement of the date 21 May 1864, how the perception of Kefken mausoleum and fish consumption has been created and also the factors that cause different perceptions.

Keywords: *Caucasia, Identity, Exile, Ceremony, Uzunayla.*

*Bu makale, 115K357 numaralı Kafkasya Kökenlilerin Hafıza Mekânları Üzerine Bir Araştırma adlı Tübitak projesinin ürünüdür.

**Dr. İzmir. e-posta:didem.catalkilig@hotmail.com, (<https://orcid.org/0000-0002-2550-3961>)

1. GİRİŞ

16. yüzyılda Altın Orda Devleti, Kazan Hanlığı ve Astrahan Hanlığı'nın düşüşüyle Rusya'nın güney sınırları Kafkasya'ya dayanmıştır. 18. yüzyılda Rus Bilimler Akademisinin kuruluşu akabinde Kafkasya'da sistematik bir hale gelen Rus işgali için 18. ve 19. yüzyılda bir dizi antlaşma imzalanmış aynı süreçte devam eden Rus-Kafkas savaşlarının Rusya Çarlık'ının lehine sonuçlanmasıyla Çerkeslerin büyük çoğunluğu Osmanlı topraklarına sürülmüştür. Yaşanan sürgün nedeniyle bu tarih Çerkes diasporasının başlangıç tarihi olmuştur. Diaspora kavramının Robin Cohen ve William Safran tarafından tanımları yapılmıştır. Söz konusu tanımlardaki anavatana dönme eğilimi konumuz Çerkes diasporası düşünüldüğünde az olduğundan Çerkes diasporası etnik diaspora olarak tanımlanabilir (Cohen, 2019: 7-8-9-10; Besleney, 2016: 17-18-19).

Kimlik aidiyet, hayaller, hayatta ilişki kurmayı ifade eden bir kavramdır. Kişinin kim olduğunu bilmesi bir taraftan toplumsal ilişkileri düzenlerken diğer taraftan gruplara kimlik kazandırır. Bireyin ya da grubun kendisini öteki birey ve gruplara göre konumlandırmasıyla oluşur. Tüm kimlikler ötekinin tanınmasıyla, tarihten, coğrafyadan ve hatıralardan yararlanılarak inşa edilir. Aksi mümkün değildir. Bu inşa ise güncel ve geçmişteki olaylar, geleceğe yönelik beklentilerle sürekli olarak yenilenir. Elbette pek çok unsur etken olur ve etnik kimlik bir grubun sahip olduklarının ötekinin sahip olduklarıyla ve çeşitli gerçeklerle etkileşimi sonucu ortaya çıkar (Bostancı, 1998: 44; Kaya, 2011: 8, 42; Yayak, 2018: 779; Castells, 2005: 13-14; Bilgin, 2007: 78). Tüm bunlar etnik gruba aidiyet ve kolektif kimlik kazandırır.

1970'lerden sonra yaşanan hızlı kentleşme STK'ları meydana getirmiş, özellikle 2000'li yıllarda STK'lar kimlik inşa atölyesi işlevi görmüştür. Çerkesler kültürel pratiklerini devam ettirmek ve kentlerdeki Çerkesleri bir arada tutabilmek için STK'lar kurmuşlardır. STK'larda sosyalleşen kitle, içinde bulunduğu grubun norm ve değerlerini içselleştirmiştir. Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle etnik gruplar kimliklerine ve kimliklerini sergiledikleri sembollerle kendilerini ifade etmeye başlamışlardır. Bu tarihten sonra etnik gruplar ataları, kurumları, gelenekleri, tarihleri ve dilleriyle kendilerini tanımlamışlardır. Diasporik bir toplum olan Çerkeslerin kimlik bilinci kazanmasındaki en büyük etken kitle iletişim ve ulaşım araçlarının (Kafkasya'ya gidiş gelişlerin artması) 2000'li yıllarda artması olmuştur. Sovyet sonrasında Kafkasya'ya geliş gidişlerin artması ulusaşırı alan paradigması olarak değerlendirilebilir. Bu yolculuklar dinamik bir alan yaratmıştır. Yapılan bu reel ve sembolik yolculuk Çerkes diasporasının kimliklenme sürecini şekillendirmiştir. Yaşanan kimlik bilinçlenmesi grup aidiyetini kazandırmış, duygu ve değerlere atıfta bulunulmuştur. Türkiye'de kimliğin yeniden üretim mekânları olan STK'lar sosyal, kültürel ve siyasal olarak enformal eğitim platformları haline gelmiştir. Özellikle 1999-2005 yılları arasındaki AB entegrasyon süreci bu sürece etki etmiştir. Bu süreçlerle birlikte Çerkesler kamusal alanda daha fazla görünür olmuşlardır. 21 Mayıs 1864 törenlerinin yapılması da bu tarihlere denk düşmektedir (Kaya, 2011: 8, 20, 22, 28, 45, 65, 108, 121, 143, 151, 179; Akarsu, 2018: 13; Huntington, 2008: 15, 24, 25; Bilgin, 2007: 13; Bilgin, 1994: 114).

Çalışmamız 21 Mayıs 1864 tarihinin Kayseri'de yaşayan Çerkeslerin hafızalarında nasıl bir konuma sahip olduğu ve anma törenleri vasıtasıyla kolektif kimlik inşasındaki rolünü incelemektedir. Kolektif kimlikler bir takım semboller, anılar, sanat eserleri ve gelenekler yoluyla hafıza inşa ederler. Toplumlar geçmişleriyle kendilerini tanıtarak bu geçmişi hafızaya işlemekte, törenlerle anmakta ve yorumlamaktadır. Törenler belleğin vücut bulduğu hafıza mekânlarıdır ve kuşaklar arası aktarımla güçlenir. Bu törenler etnik grup aidiyetinin, benliğin işaretleri ve vasıtaları olarak geçmişle bağ sağlayarak kimliğe derinlik kazandırır. Böylelikle kolektif kimliğin inşasının ayağı olur (Bilgin, 2013: 101; Bilgin 1994: 53).

Sembolik bir tarih olan 21 Mayıs 1864 Türkiye'de yaşayan Çerkesler tarafından 2000'li yılların ortalarından itibaren bir anma töreni haline gelmiştir. Bu durum Çerkeslerin törenlerin en önemli işlevlerinden olan kimlik bilincine varma sürecine etki etmiştir. Bu kimliklenme süreciyse elbette tarihsel bir olayla hafıza inşa edilmesiyle gerçekleşmektedir. Yani geçmişte yaşanan olayların nesilden nesile aktarılması etnik kimliği tahkim eden bir durumdur. Toplumsal hafıza üzerine kurulan kimlikse kolektif kimliktir (Doğanay, 2015: 365). Kolektif kimliğin kurulmasının ve etnik grubun kimliğini canlı tutmasının yollarından birisi törenlerdir. Hafızanın inşasına yardım eden bu durum geçmişte olduğu gibi kalmaz ve sembolik figürlerle yoğrulur. Fransız tarihçi Pierre Nora'ya göreyse tarihi yaşanmışlıklar oluştursa da tarihi şekillendirme görevini ritüel ve sembollere dayanan hafıza mekânları üstlenmiştir. Nora'ya göre bayramlar, amblemler, anıtlar, eşyalar, anma törenleri ve müzeler hafıza mekânlarıdır.

Yani kolektif kimlik inşasına yardım eden törenler aynı zamanda hafıza mekânlarıdır. Tarihin içinden gelen ve kolektif kimliğin üretilmesini sağlayan hafıza mekânları insan odaklı bir tarih anlayışıdır. Pek çok boyuta sahip hafıza mekânları tarihin tarihidir (Nora, 2006: 9-10).

Tarihin bir hafıza mekânına dönüşmesi çalışma alanımız Kafkasya için de söz konusu olmuştur. Grandük Mihail Nikolaeviç Romanov'un Kbaada Yaylası'nda (Krasnaya Polyana) Rus-Kafkas savaşlarının bittiğini açıkladığı tarih olan 21 Mayıs 1864'ü hatırlamak amacıyla Kafkasya'da her yıl anma törenleri gerçekleştirilmektedir. Kabardey Balkar Cumhuriyeti'nde Nalçik tren istasyonu önünden Lenin Caddesi boyunca yapılan yürüyüş Hayat Ağacı anıtı önünde bitmektedir. Karaçay Çerkes Cumhuriyeti Habez rayonu Ali Berdukovski köyündeki anıt önünde tören düzenlenmektedir. Törenlerde anıt önüne çiçek bırakılmakta, anıt önünde konuşma yapılmakta ve ağıt söylenmektedir. Adigey Cumhuriyeti başkenti Maykop'ta şehir parkı önünde toplanan grup Krasnooktyabrskaya ve Pionerskaya Sokaklarından yürümekte, yürüyüş Filarmoni binası karşısındaki meydanda son bulmaktadır. Maykop, Nalçik ve Ali Berdukovski'de yapılanlara ek olarak film gösterimleri, tiyatro oyunları ve resim sergileri gibi birbirinden farklı etkinlikler düzenlenmektedir. Kişiler törenlere etnik kimliklerine özgü kıyafet ve aksesuarlarla katılmaktadırlar. Kafkasya'da düzenlenen bu törenlere Türkiye'den de katılım olmaktadır. Türkiye'deyse farklı illerde törenler düzenlenmektedir. Bu törenlerin düzenlendiği anıtların konumuna aşağıda kısaca değineceğiz.

Annales Okulu temsilcilerinden olan Pierre Nora sadece arşiv vesikalarıyla değil sosyal bilimlerin farklı disiplinlerinden faydalanarak tarih biliminin icra edilmesini savunmaktadır. Bu noktada alan araştırmasına dayanan çalışmamızın kuramsal olarak hareket noktası Fransız tarihçi Pierre Nora'ya ait hafıza mekânı teorisidir. 21 Mayıs 1864 tarihini sembolik olarak toplumsal hafızasında yaşatan Çerkesler bu sembolik tarihle hem Türkiye'de hem de Kafkasya'da hafıza mekânları yaratmışlardır. Dolayısıyla çalışmamız bir anma töreni yani hafıza mekânı olan, STK'larca 21 Mayıs 1864 Çerkes sürgünü ve soykırımı olarak tanımlanan durumu Kayseri'de ikamet eden Çerkesler kapsamında incelemeyi amaçlamaktadır.

2. LİTERATÜR ÖZETİ VE ÇALIŞMANIN ALANA KATKISI

Çerkesler, 1960'lı yıllarda eğitim ve ekonomi gibi nedenlerle Uzunyayla köylerinden Kayseri merkeze ve başka şehirlere göç etmeye başlamışlardır. Çerkeslerin hem gittikleri şehirlerde farklı etnik gruplarla karşılaşması hem de Sovyetlerin yıkılmasıyla Kafkasya ile kurulan ilişkiler Çerkes tarihi hafızasında ve kimliğinde teyakkuza neden olmuştur. Bu durumdan Çerkes sürgünü konusu da etkilemiştir. Sürgün hem tarihsel hem de güncel bir mesele olmasından dolayı tarihsel hafızayı canlı tutmaktadır. Hafıza mekânlarının tespiti üzerine olan projemizde bu minvalde anma töreni olması sebebiyle kişilere yönelttiğimiz sorulardan birisi de 21 Mayıs 1864 tarihinin algılanışıdır.

Türkiye'de Çerkes sürgünü hakkında Gökhan Bolat'ın 2013 yılında yayımlanan "Kavram Tartışmaları Etrafında 21 Mayıs 1864 Çerkes Sürgünü" başlıklı bir makalesi bulunmaktadır. Makalede Kafkasya coğrafyası, Çerkes tarihi, 18. ve 19. yüzyıl Kafkasya tarihi, göç, sürgün ve soykırım kavramları hakkında bilgi vermektedir. Çalışma saha çalışmasına dayanmamaktadır. Çerkes sürgünü hakkındaki diğer bir makale Gülmelek Doğanay'a ait 2015 yılında yayımlanan "Hatıralarla Kurulan Toplumsal Kimlik: 21 Mayıs 1864 Sürgünü ve Türkiyeli Çerkesler"dir. Yazarın çalışmasının evreni İstanbul ve İzmit'te yaşayan Çerkesler; Kocaeli Kefken ve İstanbul Beşiktaş'ta düzenlenen törenler ve genç Çerkes aktivistlerin kurduğu çeşitli gruplardır. Bu makale sürgün hafızasının oluşumunu toplumsal hafıza, hatırlatma figürleri, hafıza mekânları ve kimlik bağlamında yarı yapılandırılmış görüşmeleri değerlendirerek ele almaktadır. Yine 2015 yılında İrfan Kalaycı tarafından yazılmış "Sürgünün 150. yılında Çerkes Toplumunu: Beş Pencereden Bakış" isimli kitap bölümü mevcuttur. Beş kısımdan oluşan yazının ilk kısmındaki tarih penceresinde Çerkes sürgünü ve diaspora alt başlığında yaşanan sürgün hadisesi tarihsel olarak kısaca ele alınmıştır. Konuyla ilgili diğer bir makale de Zeynep Aksoy'un 2018'de yayımlanan "Çerkes Sürgünü Hikayelerinde Kimliğin İnşası" dir. Çalışma 2014 yılında yayımlanan Tarihi Anılar ve Öyküler kitabındaki yedi hikayenin tematik analizine dayanmaktadır. Makale hikayeler yoluyla aktarılan travmatik hafızanın Çerkes kimliğinin inşasındaki rolünü ele almaktadır.

Uzunyayla Çerkeslerine dair ilk bilimsel çalışma Eiji Miyazawa'ya ait "Memory Politics: Circassians of Uzunyayla, Turkey" başlığıyla 2004 yılında yapılmıştır. Bahsi geçen çalışmanın yapıldığı zaman aralığında Uzunyayla Çerkesleri için 21 Mayıs 1864 tarihi henüz sembolleşmemiştir. Bu nedenle çalışmada konuyla ilgili bir

başlık bulunmamaktadır. Uzunyayla Çerkesleri kapsamında anma törenleri üzerine tek bir çalışma yapılmıştır. İlkay Şahin editörlüğünde hazırlanan “Uzunyayla Çerkesler Topluluk, Aidiyet ve Kimlik” adlı kitapta Melike Mutlu’ya ait “Toplumsal Hafızayı Üretmek: Sürgün, Anavatan ve Öteki İmgesi” başlıklı yazı mevcuttur. Çalışmada anma törenlerine kısaca değinilmiş, konu mitleştirme ve geleneğin icadı olarak değerlendirilmiştir. Bu sembolik tarihin Uzunyayla Çerkeslerinin hafızasında ne anlama geldiği, törenlerin Kayseri’de ne zaman başladığı, bu tarihin farklı yaş grupları tarafından nasıl değerlendirildiği ele alınmamıştır.

Abazaların Osmanlı’ya ayak bastıkları yer olan ve Türkiye’de konuyla ilgili ilk anıtın yeri olması sebebiyle Kefken Anıt Mezarı hatırlatıcı bir işleve sahiptir. Deniz yoluyla gelen Çerkeslerin Osmanlı topraklarına çıktığı bir nokta olmasa da Kefken Anıtı Türkiye’de yaşayan Çerkesler tarafından sembolleştirilmiştir. Ayrıca sürgün esnasında atalarının balıklar tarafından yendiği düşüncesi, balık tüketme alışkanlıkları sorusunu beraberinde getirmektedir. Hem Kefken Anıt Mezarı hem de balık tüketme soruları daha önceki araştırmalarda kişilere yöneltilmemiştir. Ek olarak, hafızadaki bu tarih tarafımızca semboller, yaş grupları, kentli-köylü ve sürgün yolları arasındaki farklılıklar üzerinden değerlendirilmiştir. Söz konusu değerlendirme yapılan literatür taramasıyla tarih bilimine sosyoloji biliminin metotları uygulanarak gerçekleştirilmiştir.

2. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

2.1. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Sosyal Araştırmalar Etik Kurulu Proje Onay Formu, alan çalışmamıza başlamadan önce İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Araştırmalar Etik Kurulu’ndan alınmıştır. Söz konusu belge 26.03.2014 tarihinde 2014/3 numaralı toplantıda ele alınmış ve 01 sayılı kararla alınmıştır. 115K357 numaralı Tübitak projesi kapsamında 2017 yılının Haziran ve Temmuz aylarında Kayseri merkezde ve Pınarbaşı ilçesine bağlı Çerkes köylerinde tarafımızca alan çalışması gerçekleştirilmiştir. Biz bu çalışmada söz konusu sorulara verilen cevaplar üzerinden adı geçen coğrafyadaki Çerkeslerin sembolik bir tarih olan 21 Mayıs 1864’ün hafızalarındaki yerini tanımlamak amacıyla tanıklıkları değerlendireceğiz. Uzunyayla platosu Sivas’ın Şarkışla, Kayseri’nin Pınarbaşı ilçelerini kapsamaktadır. Kolektif kimliğin muhafaza edildiği Uzunyayla’da 5 Abaza, 1 Karaçay ve 53 Çerkes köyü vardır. Söz konusu bölgede etnik sınırlar evlilikler nedeniyle iç içe geçmiştir. Uzunyayla’da yaşayan Abazalar da kendilerini Çerkes olarak tanımlamaktadırlar. Çünkü Rusların Kafkasya’yı istilasıyla birlikte Anadolu topraklarına gelen Kafkasyalı topluluklar giyimleri-geleneklerindeki benzerlikler ve Türkiye’de en çok kabul gören isim olmasından dolayı nedeniyle Çerkes olarak adlandırılmışlardır (Kaya, 2011: 75; Vurucu, 2015: 56-57). Uzunyayla’da yaşayan Abazalar da kendilerini alan çalışmamız esnasında Çerkes olarak tanımlamışlardır. Çünkü Uzunyayla’da evlilikler nedeniyle etnik sınırlar iç içe geçmiştir. Biz de çalışmamızda Abaza toplumunu Çerkes olarak tanımlayacağız.

Çalışmamızda söz konusu evren ve örneklemini teşkil eden Çerkeslerin 21 Mayıs 1864 tarihi ve bu tarihle bağlantılı olarak Türkiye’de inşa edilen ilk anıt olan Kefken anıtı ve balık tüketim durumu değerlendirilecektir. Aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır.

- 1) Adı geçen konular kimliğin şekillenmesine nasıl etki etmektedir?
- 2) Bu konularla hafıza mekânı oluşturulabilir mi?
- 3) Bu süreçte kültürel kimliğin, kolektif kimliğin ve belleğin etkisi nedir?
- 4) Bu konulara bakış açısında yaş grupları arasında farklılık var mı?
- 5) Bu konuların ortaya çıkmasında şehirleşmenin etkisi nedir?

Araştırmamızdaki kaynak kişilere ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1: Kaynak kişilere ilişkin veriler

Yaş Grupları	1. Yaş Grubu (18-30)	2. Yaş Grubu (30-60)	3. Yaş Grubu (60+)
Kadın	-	8	2
Erkek	3	14	13
Toplam	3	22	15

Tabloya göre farklı üç yaş grubundan toplam 40 kadın ve erkek kaynak kişiyle görüşme yapılmıştır. Görüşme yapılan kadın kaynak kişilerden 5'iyle (3-60) kent merkezinde; 5'iyle ((3 kişi 60+) (2 kişi 30-60)) köylerde görüşme yapılmıştır. Erkek kaynak kişilerden 17'siyle ((3 kişi 18-30) (9 kişi 3-60) (60+)) kent merkezinde; 13'üyle ((6 kişi 30-60) (7 kişi 60+)) görüşme yapılmıştır.

2.2. Araştırma Yöntemi

Çalışmamızın evreni Uzunyayla Çerkesleri iken, örnekleme gelişigüzel örneklem modeline göre ulaştığımız kadın ve erkek kaynak kişilerdir. Nitel araştırma yöntemi kişilerle doğrudan iletişim kurmayı ve kişilere ek soru sorma fırsatı sağlayacağı için tarafımızca tercih edilmiştir. Ayrıca bu yöntem derinlemesine tarih incelemesini mümkün kılarak sosyal tarihçiliği ön plana çıkarmaktadır. Bu yöntem kullanılarak olaylar ve olgular arasında ilişkinin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Bu amaçla, veri toplama aracı olarak derinlemesine görüşmeler (bireysel ve odak grup) yapılmış, katılımcı gözlemci olunmuş, günlük tutma ve doküman incelemesi metotları kullanılmıştır. Katılımcı gözlemci olunarak toplum içinde bulunarak kişilerin cevapları analiz edilmiştir. Nitel araştırma yöntemine göre yaptığımız alan çalışmamızda kaynak kişilere gelişigüzel örneklem modeline göre ulaşılmıştır. Böylelikle Çerkes toplumundaki herkese temsil hakkı verilerek kişilerin bakış açılarındaki farklılıklar tespit edilmiştir. Söz konusu kadın ve erkek kaynak kişilere Kayseri Kafkas Derneği, Kayseri Birleşik Kafkasya Derneği, Kayseri'de yaşayan Çerkeslerin vakit geçirdiği çay ocakları ve alan çalışmamız esnasında kolaylaştırıcı bir rol üstlenen Rasim Tanbay aracılığıyla ulaşılmıştır. Alan çalışmamız esnasında ses kayıt cihazı ve fotoğraf makinesi kullanılarak veriler kayıt altına alınmıştır. Kadın ve erkek kaynak kişilerle yüz yüze yapılan görüşmelerde kişilere sorulan sorular yarı yapılandırılmış sorulardır. Disiplinler arası işbirliğini gerektiren çalışmamızda tarihi bir olay toplum bilimleri yöntemiyle ele alınmıştır. Yani toplum bilimleri metodu tarihi bir olaya uygulanmıştır.

Çalışma esnasında 18-30, 30-60, 60+ olarak üç yaş grubuna ayırdığımız kadın ve erkek kaynak kişilere "21 Mayıs 1864 tarihi sizin için ne ifade ediyor?", "Balık tüketiyor musunuz?", "Kefken anıt mezarı hakkında bilginiz var mı?", "Kefken anma programına hiç katıldınız mı?" gibi sorular sorulmuştur.

Yukarıda sözü edilen araştırma kapsamında toplanan veriler, projemizin teorik anlamda hareket noktasını teşkil eden, Pierre Nora'nın "Hafıza Mekânları" teorisine en uygun analiz yöntemi olduğunu düşündüğümüz, fenomenolojik analiz yöntemiyle ele alınmıştır. Bu analiz yöntemi, kişilerin olayları nasıl değerlendirdiğini ve nasıl kavramsallaştırdığını merkeze alan bir yaklaşımı benimsediği için tercih edilmiştir. Bu yaklaşım, bize Çerkeslerin kimliklerini inşa etmekte kullandıkları sembollerin içini nasıl doldurduklarını, hafıza mekânı adını verdiğimiz bu kavramların muhtevasının zamanla nasıl değiştiğini anlamamızı sağlamıştır.

3. UZUNYAYLA ÇERKESLERİNDE SÜRGÜN ALGISI

3.1. Kayseri'de 21 Mayıs Algısı ve Anma Törenleri

Hafıza üreten, gelişen ve devamlılığı olan bir kavramdır. Toplumların geçmişi ve şimdiki zaman arasında bağ kurarak kimliğin süreklilik kazanmasında rol oynayan kolektif bellekse toplumlara zamansal bütünlük sağlar (Bilgin, 2013: 75; Nora, 2016: 19). Geçmişten, kendisini besleyen gruptan, tanıklıklardan beslenen kolektif bellek bir grubun deneyimleri, anıları ve tarihleriyle oluşur. Kolektif bellek grubun geçmişinden kalanı, süregelen ve grubun geçmişini ifade etmektedir. Tarih ve bellek paylaşılan geçmişi anlatarak geçmişin yeniden inşasını sağlar (Halbwachs, 2017: 78; Olick, 2014: 181; Bilgin, 1994: 55; Bilgin, 2013: 29).

Bu noktada hafıza kültürü, bir toplumun kültürel anımsatıcıların yardımıyla, bir nesilden diğerine kolektif bilgiyi koruyarak kültürel sürekliliği sağlamayı, daha sonraki nesillerin kültürel kimliklerini yeniden yapılandırmasını mümkün kılan bir süreçtir (Rodriguez ve Ted, 2007: 1). Bir grubun diğerinden farklı olduğunu vurgulayan kültürel

kimlik deneyimler, ilişkiler, semboller, düşünceler doğrultusunda yapılanmakta ve gelişen tarihsel sürece bağlı gelişerek sabit kalmamaktadır (Larrain, 1995: 223; Orign, 1994: 212). Yazılı tarihe sahip olmayan etnik grupların kimliklerini korumalarının yegâne yolu da hafızadır. Etnik gruplar, tarihlerini hatırlayarak ve kökenlerine ait hatırlama figürlerini belleğinde canlandırarak kimliklerinden emin olurlar. Hatırlama yoluyla kimliği desteklenen etnik gruplara ait kültürel hafızanın korunmasıysa törenlerin asıl işlevidir (Assman, 2015: 60-61-62-65). Binlerce ölünün adının geçtiği savaşları anma da ortak kimliğin hissedildiği andır. Ölülerin anılması ortak hafızanın yaratılmasının karakteristik bir örneğidir. Bu anma günümüzü içermesi bakımından iletişimsel, töreni açısından kültürel hafızadır. Etnik gruplar bu törenlerde ölülerini anarak kimliklerini onaylarlar (Assman, 2015: 69-71). Burada aktarılan değerler ve sembolleri içeren kültürel kimliktir. Bu kimliğin oluşmasındaysa, kültürel kimlik yaşayan bir süreç olarak hafızadan yardım almaktadır (Bilgin, 1999: 61; Yıldız ve Ak, 2002: 29; Maalof, 2004: 16).

Törenler, kültürel hafızayı hatırlama temelinde etnik grubun kimliğini koruyarak, hafızanın sürekliliğini nesiller arası aktarım yoluyla sağlayarak tekrarlama biçiminde yaşanır (Assman, 2015: 99). Duyguları dile getirmek için, nerede, ne zaman yapılacağı belli olan ve tekrarlanan simgesel nitelik taşıyan törenler bilinçli uygulamalardır. Törenler belli bir etnik grubun geçmişle bağını sürdürmesini sağlama ve etnik grubun değerlerini gelecek kuşaklara iletmesini sağlama özelliğiyle kişilerin hayatlarına anlam kazandıran platformlardır (Connerton, 1999: 70-71-72-79). Bu noktada önemli olan törenlerin içeriğinin değişmeden, dönemsel olarak tekrarlanan aynı eylemsel akışlarla bir model haline gelmesidir (Assman, 2015: 99). Etnik grubun tamamı tarafından deneyimlenmesi gerekmeyen ve bir hatırlatma biçimi olan travma, kolektif kimliğin oluşumunda ve şekillenmesinde rol oynar. Söz konusu travmanın etnik grubun üyeleri tarafından aktarılması yeterlidir (Eyerman, 2003: 1-2).

Bu noktada Kayseri’de yaptığımız alan çalışmasında kadın ve erkek kaynak kişilere yönelttiğimiz “21 Mayıs 1864 tarihi sizin için ne ifade ediyor?” sorumuza yaş gruplarımız şöyle cevaplar vermişlerdir: “Onlar yeni icat olan şeylerdir. Ne giderim ne katılabılırım. Gideceğim yeri dahi bilmem” (K.K.: 17), “Yok hiç duymadım” (K.K.: 32), “Tarihi de duymadım Kefken’i de duymadım” (K.K.: 29-30). Görüldüğü gibi 3. yaş grubumuza mensup kaynak kişiler için bu tarih hiçbir şey ifade etmemektedir. Çünkü kolektif kimliğin inşasında rol oynayan travmatik olayların etnik grubun belleğinde aktarımı bazen bir nesil bazen de daha fazla zaman alabilir. Bu durumun Uzunyayla Çerkesleri için kişi ve STK’ların çabasıyla son 10 yılda sembolik bir tarih haline gelmesi nedeniyle 3. yaş grubumuza için bu tarih bir şey ifade etmemektedir (K. K.: 10). Hatırlatmayla gerçekleşen bu durumdaki en önemli nokta etnik grup üyelerinin bu hatırlatmayı bir boşlukta değil kurumların ve sosyal bir ağın desteğiyle yaşamasıdır. Uzunyayla Çerkesleri için de böyle olmuştur (Devine-Wright, 2003: 23-24).

Alan çalışmamız esnasında 1. ve 2. yaş grubumuza mensup kaynak kişilere 21 Mayıs 1864 tarihinin kendileri için ne ifade ettiği sorulmuştur. Kişiler bu tarihi bize şu cümlelerle açıklamışlardır: “Soykırımın başlangıç tarihi diyebiliriz. 21 Mayıs bizim için büyük bir acı. Bir kültür ve tarihinin yok edilmesi” (K. K.: 2). “Büyük sürgün” (K. K. 3). “Sürgünü ifade ediyor. Üzülüyoruz, tüylerim diken diken oluyor” (K. K.: 23). “Bir halkın başka bir halka yaptığı yeryüzündeki en büyük soykırım” (K. K.: 25). “Kafkasya’dan geldiğimizde Türkçe’yi bilmiyorduk ama şimdi ana dilimizi bilmiyoruz. 21 Mayıs bunun tarihidir. Sonun başlangıcıdır” (K. K.: 26). “Vatandan kopuş, katliam” (K. K.: 27). “Çerkes sürgünü” (K. K.: 28). “Acı” (K. K.: 35). “Dram ve felaket” (K. K.: 36). “21 Mayıs 1864 bir semboldür. Bu tarih benimsenmiş. Öncesini, savaşları, neler yaşandığını bilmiyor. Bence bu düşünce yanlış. Çarlığın neler yaptığını bilmek lazım. Sürgün değil büyük bir soykırım” (K. K.: 38). Kişiler cevaplarında sürgün ve soykırım kelimelerine vurgu yapmışlar göç kelimesine yer vermemişlerdir. STK’lar yaşanan süreci soykırım olarak adlandırmakta ve durumun Rusya tarafından kabullenilmesini talep etmektedir. Farklı yaş gruplarımızdan aldığımız cevaplar sürgün ve soykırım kavramlarının STK’ların özellikle son 15 yıldır yaptığı çalışmalar sonucunda kişiler için hafıza mekânı haline getirdiğini göstermiştir. Yapılan bu vurgu travmaların geçmiş olayların statik temsili değil, bireylerin ve toplulukların kimlik duygularını şekillendiren “ilerleyen hikâyeler” olduğunu bize göstermiştir (Caldicott ve Fuchs, 2003: 12). Çünkü hafızanın aktarım yollarından birisi anlatıdır. Söz konusu anlatı etnik grubun kimliğini şekillendirme işlevine sahiptir (Rodriguez ve Ted, 2007: 7).

Tarihe referans vererek geçmişi hatırlatan bu tören sadece hafıza mekânı değil aynı zamanda kökeni çok eskiye dayanmayan, belirli bir zaman diliminde ortaya çıkmış, kabul görmüş, sembolik özelliklere sahip bir geleneğin icadıdır. Tekrar tekrar icra edilen bu toplumsal pratik, toplumsal birlik beraberliği ve grup aidiyetini sembolize etmektedir. Buradaki amaç toplumsallaşma, değer ve davranış teamüllerinin aşılma ve aktarılmasıdır

(Hobsbawn, 2006: 1-2-3-4-12). Geçmişin yeniden üretilmesi diasporik Çerkes toplumu için tarihin keşfi manasına gelmektedir (Kaya, 2011: 30). STK'ların bu adımını rahatlıkla hafıza inşası ve geleneğin icadı olarak tanımlayabiliriz. Yani 21 Mayıs 1864 sembolik tarihiyle hafıza yeniden inşa edilmektedir. Burada önemli olan sürgün hadisesinin aktarılmasıyla "biz" in yani kolektif kimliğin inşasıdır.

Kayseri'de söz konusu anma programı, Kayseri Kafkas Derneği ve Kayseri Birleşik Kafkasya Derneği tarafından yapılmaktadır. Kayseri Kafkas Derneği organizasyonunda gerçekleşen törenlere yaklaşık 3000 kişi katılmaktadır. Kayseri Doğumevi önünde yapılan basın açıklamasının ardından yürüyüşe başlanmaktadır. Mustafa Kemal Paşa Bulvarı üzerinden Kadir Has Kongre Merkezi Spor Salonu önüne kadar sessiz yürüyüş devam etmektedir (K. K.: 7-8-23). Kadir Has Kongre Merkezi Spor Salonunda hayatını kaybedenler için dua edildikten sonra, Jile tiyatro grubu tarafından sürgün temalı tiyatro oyunu sergilenmektedir. Bahsi geçen tarihin Ramazan ayına denk gelmesi durumunda önce sürgün esnasında hayatını kaybedenler için dua edilmekte, ardından iftar yemeği verilmektedir. Kayseri Birleşik Kafkasya Derneği tarafından düzenlenen organizasyondaysa Çerkes sürgünü esnasında hayatını kaybedenler için Kuran-ı Kerim okunarak dua edilmektedir. Anma törenine katılmayan pek çok kişi de sosyal medyadan bugünü hatırlatan paylaşımlar yapmaktadır (K. K.: 11-12-15). Global bir diaspora olan Çerkesler kitle iletişim araçlarıyla etkileşimi daha da arttırmaktadır. Yapılan paylaşımlar Çerkes kimliği, hafızası gibi alanlarda içerik üretmeyi sağlamaktadır (Aslan, 2020: 68). Sosyal medyada hem kişiler hem de STK'lar tarafından yapılan paylaşımlar hafızanın canlı tutulmasını sağlamaktadır. Ayrıca görüldüğü gibi farklı federasyonlara bağlı dernekler farklı etkinlikler düzenlemektedir.



Fotoğraf 1: Kayseri'de Düzenlenen 21 Mayıs 1864 Anma Töreni-Mutlu Akkaya'nın Kişisel Arşivinden

Hafıza mekânları maddi, sembolik ve işlevsel olmak üzere üç anlamı içerir. Sembolik anlamın örneği olan saygı duruşları anın periyodik ve yoğun olarak hatırlanmasına yarar (Nora, 2006: 31-32). Duruma uygun düşen bedensel duruşun sergilendiği törenlere kişilerin katılmayı alışkanlık edinmiş olmaları da önemlidir (Connerton, 1999: 94-111). Çünkü bir hafıza mekânının amacı, zamanı durdurmak, unutmayı engellemek ve ölümü ölümsüzleştirmektir (Nora, 2006: 32). Bu tip törenler etnik grup üyelerinin geçmişe odaklanmasını sağlayarak kolektif bilinci ileten sosyal fırsatlardır (Devine-Wright, 2003: 14). Bu törenler taşıdığı kolektif özellikle dayanışmayı artırarak kolektif belleği de şekillendirir. Bu noktada değinilmesi gereken husus kimliğin sembolik biçimlenmesiyle bir kolektif kimlik oluşturulmasıdır (Assman, 2015: 148; Karaman, 2010: 232).

Yaptığımız alan çalışmasına göre de Kayseri’de düzenlenen yürüyüş ve anma programlarında da kişilerin o günkü kıyafetleri ve aksesuarları siyah ya da etnik kimliklerine gönderme yapacak şekildedir. Kişilerin üzerlerinde taşıdıkları aksesuarlar (şarhon, kalpak gibi) ve kıyafetler (geleneksel Çerkes kıyafetleri) Çerkes toplumunun kimliğini sembolize ederek tarihi yaşanmışlıklara atıf yapmaktadır. Tören esnasında yapılan konuşma, edilen dua ve hepsi birer etnik araç olarak taşınan bayraklar, pankartlar ve dövizler ritüel kompleksidir. Kayseri’de düzenlenen törenlerde ortak simgeler kullanılarak aidiyet bilinciyle kolektif kimlik oluşturulmaktadır.

3.2. Kefken Anıt Mezarı

Alan çalışmamız esnasında kadın ve erkek kaynak kişilere sürgün hakkında atalarının anlattıkları bir şey olup olmadığını sorduk. Ancak kişiler sürgüne dair atalarının hiç bir aktarımında bulunmadığını ifade ettiler. Acıyı anlatmamak olarak adlandırılan bu durum zaman geçtikçe değişmektedir. Çünkü atalarının unutturmamak istediklerini torunları hatırlatmak için çaba sarf etmektedir. Bu durumu ilk gelen neslin farklı bir toplumda yaşama çabası olarak açıklayabiliriz (Eriksen, 2002: 195; Kaya, 2011: 32). Alan çalışmamız esnasında da bu durumun somut örnekleriyle karşılaştık. Büyüklerinden bilgi alamayan nesiller Sovyetler Birliği’nin yıkılmasıyla birlikte Kafkasya ile kurulan bağlarla akrabalarını bularak soy ağaçlarını oluşturmaya başlamışlar ve Kafkasya’daki köylerini ziyaret etme arayışı içine girmişlerdir.

Etnik grupların uzun süren savaşlar sonucunda verdikleri kayıplar, grup üyelerini duygusal olarak etkiler. Bu etkiye kolektif kimliğe nüfuz eder ve hafızayı ebedi hale getirir. Bu durum

- Gruplar arası şiddeti ilgilendiren toplumsal inançların oluşumunu,
- Katledilmiş vatandaşları anan ritüel ve törenlerin ortaya çıkışını,
- Mağdurları onurlandırmak için anıtların kurulmasını sağlar (Bar-Tal, 2003: 84-89).

Bu bağlamda Osmanlı Devleti’ne deniz yoluyla gelen Kafkasya kökenliler Varna, Köstence, Burgaz, İstanbul, Samsun, Sinop, Kocaeli, Trabzon ve Mersin gibi limanlara inmişlerdir. Sürgünün 125. yılında 1989’da Ankara’da yapılan sürgün anma programı Türkiye’de bu törenler için bir başlangıç olmuştur. Türkiye’de yaşayan Kafkasya kökenliler anma programlarını başlangıçta İstanbul Üsküdar sahilinde Kız Kulesi önünde yapmışlardır. Törenler daha sonra İstanbul Beşiktaş, İstiklal Caddesi’ndeki Galatasaray Lisesi önünde ve İstanbul Kartal’da yapılmıştır. Kocaeli’nin Kandıra ilçesine bağlı Kefken sahilinde ve İstanbul’da düzenlenen etkinliklere Türkiye’nin farklı illerinden gelen Kafkasya kökenliler katılmaktadırlar. Ayrıca bahsi geçen anma programlarına ek olarak Türkiye’de yaşayan Kafkasya kökenliler kendi şehirlerinde de anma programı düzenlemektedirler. Türkiye’de 2006’da Kocaeli’nin Kandıra ilçesine bağlı Karaağaç köyünde; 2013’te İstanbul’un Kartal ilçesi Dragos sahilinde; 2015’te İzmit’te Fevziye Parkı’nda; 2016’da Ankara’nın Gölbaşı ilçesine bağlı Hacı Muratlı mahallesinde; 2017’de Eskişehir’de Sazova Bilim Kültür ve Sanat Parkı’nda; 2018’de Yalova’da Gazipaşa Caddesi Mendirek Şiir yolunda; 2020’de İzmir’in Bornova ilçesinde Büyük Park’ta; Kahramanmaraş Göksun ilçesi Fındık mahallesinde 2021’de anıtlar açılmıştır. Bu anıtlar arasında öne çıkarsa Kocaeli’nin Kandıra ilçesine bağlı Kefken yakınlarındaki Karaağaç köyü mezarlığında 2006 yılında inşa edilen anıt olmuştur. Her yıl 14 Mayıs ve 21 Mayıs’ta 19. yüzyılda yaşanan Rus-Kafkas Savaşları esnasında hayatını kaybedenleri anmak için burada toplanmaktadırlar. Etkinlikler Karaağaç köyü mezarlığındaki sürgün anıtında başlamakta, Babalı köyü Merkez Camii’nde kortej oluşturularak Uzunkum sahilinde düzenlenecek programa gidilmektedir.

Bu bağlamda alan çalışmamız esnasında kadın ve erkek kaynak kişilere yönelttiğimiz sorulardan birisi de “Kefken anıt mezarı hakkında bilginiz var mı? Kefken’de düzenlenen anma törenlerine hiç katıldınız mı?” olmuştur. Kefken anıt mezarından ve düzenlenen törenden haberdar olanlar kadar bu platformdan haberi olmayan kaynak kişilerle de görüşme yapılmıştır. Kaynak kişiler söz konusu sorulara “Yok ne olduğunu bilmiyorum” (K. K.:3) “Nereye” (K. K.: 9), “Yok hiç duymadım” (K. K.: 15; 31; 32), “Tam bilmiyorum” (K. K.: 34) cevaplarını vermişlerdir. Adı geçen platformlarda bulunan kişilerse Kefken’i “Oranın birleştirici bir gücü olduğuna inanıyorum” (K. K.: 4), “Bence bunlar toplumumuzun ayakta kalması için olması gereken şeyler” (K. K.: 5), “Kefken büyük bir acı. Yahudiler yakıldı ama biz yakılmaktan beter olduk. Soykırımı ilgili bizden daha acınası az halk vardır” (K. K.: 20), “Bu tarz etkinlikler asimile olan gençlere heyecan veriyor. Daha çok Abazaların yaşadıkları dramdır. Her

şeyden önce sürgün edilmiş bir toplum var. Çok büyük zayıflık vermişiz. Özellikle denizden gelenler” (K. K.: 19) cevaplarıyla değerlendirmişlerdir. Görüşme yaptığımız kaynak kişiler bu etkinliğin ana dilini bilmeyen gençlere heyecan verdiğini ifade etmişlerdir (K. K.: 1-37). Görüşme yaptığımız 50 yaş üstü erkek kaynak kişilerden 7’sinin Kefken anıt mezarı hakkında bilgi sahibi olmadığını gördük. Aynı soruyu yönelttiğimiz kadın kaynak kişilerse anıt mezar hakkında bilgi sahibidirler. Kayseri’de yaşayan Çerkesler Türkiye’de ve Kafkasya’da farklı illerde yapılan anma törenlerine bireysel olarak katılmaktadırlar.

Bu durum açıkça bir hafıza inşasıdır. Etnik gruplar tarafından üretilen hafıza, anımsama ve unutmaya diyalektiğine açıktır. Çünkü anma konusuna özen gösterilmediği noktada tarih bunları hızla süpürür (Nora, 2006: 19-23). Hem Kafkasya’da hem Türkiye’deki bu anıtlar törenlere ev sahipliği yaparak kolektif kimliği güçlendiren hafıza mekânları olmuşlardır. Çünkü hafıza mekânları anımsadığımız şeyler değil, hafızanın mayalandığı yerlerdir ve artık hafıza ortamları olmadığı için hafıza mekânları vardır (Nora, 2006: 12-17). Sürgün anıtları tam da bu işlevi görürler.

3.3. Balık Tüketimi

Kayseri’de yaptığımız alan çalışmasında kaynak kişilere sorduğumuz bir soru da balık tüketip tüketmedikleri olmuştur. Bu soruyu alan çalışmada sormamızın nedeni atalarının Kafkasya’dan Osmanlı topraklarına gelirken deniz yolculuğu esnasında hastalıklar nedeniyle denize atılarak balıklar tarafından yendiği düşüncesinin Türkiye Çerkesleri arasında bir rivayet olarak dile getirilmesidir. Ancak alan çalışmamız esnasında ikinci ve üçüncü yaş grubumuza mensup kaynak kişiler için bu durumun bir travma olmadığını tespit ettik. Bazı kaynak kişiler bu durumdan Kafkasya ziyaretleri esnasında haberdar olmuşlardır (K. K.: 2-8-16-18-22-33-39-40). Yani bu durum rahatlıkla geleneğin icadı olarak değerlendirilebilir.

Ancak kaynak kişilerden bir kısmı vefat eden büyüklerinin balık tüketmediklerini bir kısmı tükettiklerini aktarmışlardır. Bu kişilere göre köyden kente yaşanan iç göçten sonra Çerkes toplumu balık tüketmeye başlamıştır (K. K.: 2-6-8-10-13-21-23-33).

Balık tüketme durumuna farklı bir bakış açısı da Kabardey Çerkesi kaynak kişiler tarafından getirilmiş, balığın Abazalar tarafından atalarını yedikleri gerekçesiyle tüketilmediğini söylemişlerdir (K. K.: 14-24). Durumun kendileriyle bir alakasının olmadığını düşünen bu kaynak kişilerin yaklaşımının nedeniyse Kafkasya’dan Uzunyayla’ya karayoluyla gelen bir aileye mensup olmalarıdır.

Alan çalışmamız bize konunun son yıllarda ortaya atılmış olduğunu göstermiştir. Uzunyayla arpa ve buğday gibi kuru tarımın yapıldığı bir coğrafyadır. Alan çalışmamız esnasında pek çok kaynak kişi Uzunyayla’da yetiştirilen ürünlerin evin geçimine yettiğini büyük bir ekonomik varlığın olmadığını bu nedenle yiyecekler arasında böyle bir ayırımın mümkün olmadığını defalarca ifade etmişlerdir. Diğer bir neden de Uzunyayla’nın şehre uzak coğrafi konumu nedeniyle bölgede balık tüketiminin bir alışkanlık halini almamasıdır. Ancak kaynak kişiler Zamantı Irmağı’ndan alabalık ve turna yakalayıp tükettiklerini ifade etmişlerdir. Yani Uzunyayla Çerkesleri için balık tüketme konusunun kolektif kimliğe etkisinin olmadığını söyleyebiliriz.

Balık tüketimi konusunda aldığımız cevaplar hem köylerde yaşandığı dönemde hem de köyden kente yaşanan iç göçle birlikte günümüzde Kayseri merkezde ikamet eden Çerkeslerin balık tükettiği yönünde olmuştur. Balık tüketmeyen kaynak kişiler de mevcuttur. Bunun nedeniyse kişilerin balık tüketme alışkanlığının olmamasıdır.

4. SONUÇ

Törenler hafıza inşa ederek hafıza mekânları oluşturmaktadır. Bu hafıza mekânları da çok yönlü ilişkiyle diasporadaki Çerkes toplumunun kolektif kimliğini oluşturmaktadır. 21 Mayıs törenlerini de hayatta kalma pratiği, hafıza aktarımı ve kimlik tahkim platformu olarak değerlendirebiliriz. Her yıl yapılan törenler kolektif belleğin yeniden üretimini de sağlamaktadır. Böylelikle kolektif bellek kimliğinin oluşumuna ve sürdürülmesine hizmet eder.

Hafızanın oluşturduğu kolektif kimlik, törenler, anıtlar ve yürüyüşlerle kendisini toplumun diğer bileşenlerine sergileme imkânı bulur. Hatırlamayı, yaşamayı ve benimsemeyi sağlayan törenler nesiller arası hafızanın aktarımını sağlamakta, yeni nesillere kimlik bilinci kazandırmaktadır. Kazanılan bu bilinç sayesinde yaptığımız alan çalışmasında görüşme yaptığımız 2. ve 3. yaş grubumuza dâhil kadın ve erkek kaynak kişilerin sembolik bir tarih olan 21 Mayıs 1864 tarihi sizin için ne ifade ediyor sorumuz karşısında gözyaşlarına hâkim olamamışlardır. 21 Mayıs 1864 tarihi Uzunyayla Çerkesleri için hem tarihi bir olaya hem de Çerkes kimliğine gönderme yapması nedeniyle bir hafıza mekânıdır. Bu sembolik tarihin, tarihi hafızayı canlı tutma şeklinde günümüzde üstlendiği misyon gereği işlevsel bir hafıza mekânı olduğunu söyleyebiliriz. Ancak alan çalışmamız dâhilinde olan Karaboğaz köyündeki "21 Mayıs Ormanı" adı verilen fidanlıktan hiçbir kaynak kişi bahsetmemiştir. 21 Mayıs 2021 tarihindeyse Yağlıpınar köyünde 1864 fidan dikilerek 21 Mayıs 1864 Çerkes Soykırım ve Sürgünü Hatıra Ormanı oluşturulmuştur.

Kolektif kimliğin inşasında yaşanan coğrafya ve etkileşimde olunan çevrenin etkisi malumdur. Çerkes toplumunun 2000'li yıllarda yaşadığı kimliklenme sürecine AB meselesinin etki ettiğini söyleyebiliriz. Diasporik topluluklar kimliklenme sürecinde geleneğin icadını tercih ederler. Özellikle kentlerde oluşan hafızayla girilen kimliklenme süreci geleneğin icadını beraberinde getirmiştir. Yani Çerkes toplumunda geleneğin icadı STK'lar eliyle olmuştur. Bireylerden topluma uzanan süreçte kentlerdeki bu mekânlar kolektif kimliği biçimlendirmiş ve farkındalığı arttırmıştır. Ancak aynı biçimlenme köylerde olmamıştır. Çünkü farklı etnik grupların yaşadığı kentler kimlik farkındalığını ve kişilerin kimliklerine sarılmalarını sağlamaktadır. Ayrıca bu topluluklara göre etnik kimlikler belirli bir alana hapsedilemezler.

Yaptığımız alan çalışmasında kişilere Kefken anıt mezarı hakkında soru yöneltilmiştir. Aldığımız cevaplar bize Çerkesler arasında yaş ve cinsiyet farkı olmaksızın STK faaliyetlerine katılmayan kişilerde Kefken algısının olmadığını; Kefken'de düzenlenen anma törenlerine katılımın kişisel bazda kaldığını göstermiştir. Uzunyayla Çerkeslerinin büyük bir çoğunluğunun bölgeye karayoluyla gelmesi denizyoluyla gelenlerin karaya ilk ayak bastıkları yer olduğu için bir tören alanına dönüşen Kefken'in Uzunyayla Çerkeslerinin tamamını kapsayan kolektif bir bilinç alanına dönüşmemesine neden olmuştur.

Görüşme yaptığımız kaynak kişilerin anne-babalarının ya da nine-dedelerinin balık tüketmediğini günümüzdeyse Kayseri'de yaşayan kaynak kişilerin balık tükettiklerini belirtilmişlerdir. Bu konunun Kayseri'de yaşayan Çerkesler için travmatik bir durum olmadığı ve soru karşısında herhangi bir şekilde olumsuz bir yüz ifadesine sahip olmadıkları tarafımızca gözlemlenmiştir. Yapılan alan çalışmasında balık tüketiyor musunuz? Sorusuna kaynak kişiler istisnasız evet cevabını vermişlerdir.

Çalışmamızda belirli bir bölge örneklem olarak alınarak 21 Mayıs 1864, Kefken anıt mezarı ve balık tüketimi konuları ele alınmıştır. Aynı ülkenin farklı coğrafyalarındaki diasporalar aynı durumlar karşısında farklı tutumlar geliştirebilirler. En büyük Çerkes diasporasının yaşadığı Türkiye'de farklı örneklem de bu şekilde sondaj çalışmalar yapılırsa bölgeler arası farklılıklar ortaya konulabilir.

KAYNAKÇA

- Akarsu, A. S. (2018). "Türkiye'de Yaşayan Çerkes Gençlerin Eş Seçimi ve Evlilik ile İlgili Sosyal Temsilleri", *Çerkeslerin Diasporada Birlikte Yaşadıkları Topluluklarla Etkileşimleri*, Kafdav Yayınları, Ankara.
- Aksoy, Z. (2018). "Çerkes Sürgünü Hikayelerinde Kimliğin İnşası", *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, Sayı 31, 62-76.
- Aslan, A. (2020). "Dijital Diaspora ve Kültürel Kimlik: Türkiye'de Yaşayan Çerkes Gençlerle Derinlemesine Bir Görüşme", *Akdeniz İletişim Dergisi*, 34, 66-82.
- Assman, J. (2015). *Kültürel Bellek*, (Çev: A. Tekin), 2. Basım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bar-Tal, D. (2003). "Collective Memory of Physical Violence: its Contribution to the Culture of Violence", *The Role of Memory in Ethnic Conflict*, (Ed: E. Cairns ve M. D. Roe), Palgrave Macmillan, New York.
- Besleney, Z. A. (2016). *Türkiye'de Çerkes Diasporasının Siyasi Tarihi*, (Çev: E. Demirci), 1. Baskı, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Bilgin, N. (1994). *Kimlik Sorunu*, Ege Yayınları, İzmir.

- Bilgin, N. (1999). *Kollektif Kimlik*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Bilgin, N. (2007). *Kimlik İnşası*, Aşina Yayınları, İzmir.
- Bilgin, N. (2013). *Tarih ve Kolektif Bellek*, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- Bolat, G. (2013). "Kavram Tartışmaları Etrafında 21 Mayıs 1864 Çerkes Sürgünü", *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 6, 121-142.
- Bostancı, N. (1998). "Etnisite, Modernizm ve Milliyetçilik", *Türkiye Günlüğü*, Sayı 50, 38-55.
- Caldicott E. ve Anne F. (2003). "Introduction", *Cultural Memory: Essays on European Literature and History*, (Ed: E. Caldicott ve A. Fuchs), Peter Lang Publishing, Oxford.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum, ve Kültür*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Cohen, R. (2019). *Küresel Diasporalar*, (Çev: E. Boz), Koyusiyah Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara.
- Connerton, P. (1999). *Toplumlar Nasıl Anımsar?*, (Çev: A. Şenel), Ayrıntı Yayınları, 1. Basım, İstanbul.
- Doğanay, G. (2015). "Hatıralarla Kurulan Toplumsal Kimlik: 21 Mayıs 1864 Sürgünü ve Türkiyeli Çerkesler", *Turkish Studies*, 10/Summer, 361-380.
- Devine-Wright, P. (2003). "A Theoretical Overview of Memory and Conflict", *The Role of Memory in Ethnic Conflict*, (Ed: E. Cairns ve M. D. Roe), Palgrave Macmillan, New York.
- Eriksen, T. H. (2002). *Etnisite ve Milliyetçilik*, (Çev: E. Uşaklı), 1. Baskı, İstanbul.
- Eyerman, R. (2003). *Cultural Trauma: Slavery and the Formation of African American Identity*, Cambridge University Press.
- Halbwachs, M. (2017). *Kollektif Hafıza*, (Çev: B. Barış), Heretik Yayınları, Ankara.
- Hobsbawn, E. (2006). "Giriş: Gelenekleri İcat Etmek", *Geleneğin İcadı*, (Ed: E. Hobsbawn ve T. Ranger), (Çev: M. M. Şahin), 1. Baskı, Agora Kitaplığı, İstanbul.
- Huntington, P. S. (2008). *Medeniyetler Çatışması*, Okuyan Us Yayınları, İstanbul.
- Kalaycı, İ. (2015). "Sürgünün 150. Yılında Çerkes Toplumunu: Beş Pencereden Bakış", *Sosyokültürel Yönleriyle Çerkes Toplumunu*, Kafdav Yayınları, Ankara.
- Karaman, K. (2010). "Ritüellerin Toplumsal Etkileri", *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 222-236.
- Kaya, A. (2011). *Türkiye'de Çerkesler Diasporada Geleneğin Yeniden İcadı*, 1. Baskı, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Larrain, J. (1995). *İdeoloji ve Kültürel Kimlik*, (Çev: N. Domaniç), Sarmal Yayınları, İstanbul.
- Maalof, A. (2004). *Ölümcül Kimlikler*, (Çev: A. Bura), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Miyazawa, E. (2004). *Memory Politics: Circassians of Uzunyayla, Turkey*, Department of Anthropology and Sociology Faculty of Arts and Humanities School of Oriental and African Studies University of London, London.
- Mutlu, M. (2018). "Toplumsal Hafızayı Üretmek: Sürgün, Anavatan ve Öteki İmgesi", *Uzunyayla Çerkesleri Topluluk, Aidiyet ve Kimlik*, (Ed: İ. Şahin), Çizgi Kitabevi.
- Nora, P. (2006). *Hafıza Mekânları*, (Çev: M. E. Özcan), 1. Baskı, Dost Kitabevi, Ankara.
- Olick, J. K. (2014). "Kolektif Bellek: İki Farklı Kültür", (Çev: M. Gümüşdoğan), *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 1 (2), 175-211.
- Orign, E. (1994). "The Arts, Artifacts and Artificies of Identity", *Journal of American Folklore*, 107 (424), 211-247.
- Rodriguez, J. ve Ted F. (2007). *Cultural Memory Resistance, Faith and Identity*, University of Texas Press, Austin.
- Vurucu, A. G. (2015). "Kafkas Kökenli Halklarda Kimlik ve Değişim", *Sosyokültürel Yönleriyle Çerkes Toplumunu*, Kafdav Yayınları, Ankara.
- Yayak, A. (2018). "Etnik Kimlik Algısının Dört Boyutu", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt 7/Sayı 2, 778-788.
- Yıldız, E. ve Ak, M. (2002). *Doğu Karadeniz'de Kültürel Kimlik*, Çatı Kitapları, İstanbul.

Kaynak Kişiler

- K. K. 1: Adem Şıklaroğlu, Yaş: 66, Kabardey, Aşağıborandere Köyü, 15.07.2017.
K. K. 2: Ahmet Yılmaz, Yaş: 38, Kabardey, Taşlıgeçit Köyü, 03.07.2017.
K. K. 3: Atakan Sucan, Yaş: 56, Kabardey, Şerefiye Köyü, 14.07.2017.
K. K. 4: Ayten Şıklaroğlu, Kabardey, Aşağıborandere Köyü, 15.07.2017.
K. K. 5: Azmi Aslan, Yaş: 68, Kabardey, Karaboğaz Köyü, 14.07.2017.
K. K. 6: Bülent Erkaya, Yaş: 43, Kabardey, Uzunpınar Köyü, 05.07.2017.
K. K. 7: Cafer Turan, Yaş: 37, Çemguy, Devederesi Köyü, 25.06.2017.
K. K. 8: Didem Yılmaz, Yaş: 35, Kabardey, Hilmiye Köyü, 07.07.2017.
K. K. 9: Demir Yağan, Yaş: 59, Abaza, Kazancık Köyü, 02.07.2017.
K. K. 10: Ebru Demirkan, Yaş: 38, Kabardey, Kırkpınar Köyü, 28.06.2017.
K. K. 11: Eray Ergün, Yaş: 27, Hatukoy, Kaynar Köyü, 08.07.2017.
K. K. 12: Erol Canbulat, Yaş: 58, Hatukoy, Akören Köyü, 27.06.2017.
K. K. 13: Feyza Görez, Yaş: 31, Abzeh, Panlı Köyü, 07.07.2017.
K. K. 14: Günay Kurşun, Yaş: 57, Kabardey, Kırkpınar Köyü, Ev Hanımı, 12.07.2017.
K. K. 15: Haydar Demir, Yaş: 55, Kabardey, Yukarıkızıılçevlik Köyü, 15.07.2017.
K. K. 16: Hayri Karaçay, Yaş: 72, Kabardey, Şerefiye Köyü, 04.07.2017.
K. K. 17: İhsan Baykaldı, Yaş: 85, Kabardey, Karaboğaz Köyü, 10.07.2017.
K. K. 18: İkrami Şimşek, Yaş: 73, Kabardey, Karaboğaz Köyü, 01.07.2017.
K. K. 19: İlhami Şıklaroğlu, Yaş: 67, Kabardey, Aşağıborandere Köyü, 15.07.2017.
K. K. 20: Musa Cetger, Yaş: 57, Abaza, Kazancık Köyü, 05.07.2017.
K. K. 21: Muzaffer Kök, Yaş: 64, Abaza, Altıkesek Köyü, 12.07.2017.
K. K. 22: Müzeyyen Şimşek, Yaş: 73, Kabardey, Halitbeyören Köyü, 01.07. 2017.
K. K. 23: Namık Kemal Şekercan, Yaş: 52, Kabardey, Eskiyaşıpınar Köyü, 04.07.2017.
K. K. 24: Neriman Kurşun, Yaş: 55, Kabardey, Tahtaköprü Köyü, 12.07.2017.
K. K. 25: Nihat Doğan, Yaş: 52, Baba Türk Anne Kabardey, Pazarsu Köyü, 18.07.2017.
K. K. 26: Nihat Kızılkaya, Yaş: 60+, Kabardey, Aşağıkızıılçevlik Köyü, 04.07.2017.
K. K. 27: Ozan Gök, Yaş: 23, Kabardey, Örenşehir Köyü, 08.07.2017.
K. K. 28: Ömer Önal, Yaş: 19, Kabardey, Büyükğümüşgün Köyü, 03.07.2017.
K. K. 29: Perihan Kuş, Yaş: 63, Kabardey, Hilmiye Köyü, 12.07.2017.
K. K. 30: Saadettin Kuş, Yaş: 71, Kabardey, Yağlıpınar Köyü, 12.07.2017.
K. K. 31: Sebahattin Öztürk, Yaş: 77, Kabardey, Kurbağalık Köyü, 15.07.2017.
K. K. 32: Seyit Karaduman, Yaş: 77, Kabardey, Yahyabey Köyü, 14.07.2017.
K. K. 33: Şahin Yıldız, Yaş: 73, Kabardey, Burhaniye Köyü, 09.07.2017.
K. K. 34: Tunay Tarkoy, Yaş: 58, Abaza, Olukkaya Köyü, 15.07.2017.
K. K. 35: Turgut Taştan, Yaş: 45, Hatukoy, Malak Köyü, 01.07.2017.
K. K. 36: Turhan Cankılıç, Yaş: 57, Hatukoy, Cinliören Köyü, 03.07.2017.
K. K. 37: Turhan Şıklaroğlu, Yaş: 63, Kabardey, Aşağıborandere Köyü, 15.07.2017.
K. K. 38: Yasin Akkaya, Yaş: 24, Hatukoy, Tersakan Köyü, 02.07.2017.
K. K. 39: Yılmaz Bedir, Yaş: 50, Abzeh, Kuşçular Köyü, 01.07.2017.
K. K. 40: Zuhâl Koşer, Yaş: 60, Kabardey, Sacayağı Köyü, 15.07.2017.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:11.03.2021 ✓Accepted/Kabul:20.05.2021

DOI:10.30794/pausbed.895336

Araştırma Makalesi/ Research Article

Kocamangil, G. N., Girgin, M. ve Altungül, A. (2021). "Orkestra Kadro Sınavlarında Joseph Haydn'ın Re Majör 2. Viyolonsel Konçertosuna İlişkin Beklentiler" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 75-83.

ORKESTRA KADRO SINAVLARINDA JOSEPH HAYDN'IN RE MAJÖR 2. VİYOLONSEL KONÇERTOSUNA İLİŞKİN BEKLENTİLER

Gökçen Nil KOCAMANGİL*, Mehmet GİRGİN**, Aycan ALTUNGÜL***

Öz

Joseph Haydn'ın Re Majör 2 Numaralı Viyolonsel Konçertosu, dünyadaki birçok orkestranın kadro sınavında seslendirilmesi istenen, yorumcuların teknik, müzikal becerileri ve yeteneklerini gözlemleyebilmek açısından önemli bir değerlendirme eseridir. Klasik dönem özellikleri ve armonik yapısı gereği basit gibi gözükse de stil, entonasyon, arşe teknikleri ve hız açısından birçok unsuru barındıran bu virtüözik esere ilişkin beklentiler yüksektir. Sınavlarda bu esere dair beklentiler araştırılırken biri Türk onu yabancı olmak üzere farklı ülkelerdeki orkestra üyeleri için görüşme formu hazırlanmış, alınan cevaplar doğrultusunda yorumlara ilişkin içerik analizi yapılmıştır. Performans vaktinin kısalığından dolayı eserin özellikle başlangıç kısmının büyük önem taşıdığı alınan görüşler doğrultusunda anlaşılmaktadır. Adaylardan eserin yapısına saygı duymaları, stilistik ya da ritmik deformasyona uğratmamaları ve tüm bu özellikler doğrultusunda kendi özgün hikayelerini anlatmaları beklentiler arasındadır. Çalışmada genel hatlarıyla konçertonun anlaşılmasına yardımcı olabilecek form analizine de yer verilmiştir. Bununla birlikte klasik döneme ait diğer eserlerin de araştırılıp, müzikal ve teknik stil bilgisinin zenginleştirilmesi öneriler arasındadır.

Anahtar Kelimeler: *Viyolonsel konçertosu, Kadro sınavı, Orkestra.*

EXPECTATIONS FOR JOSEPH HAYDN'S D MAJOR CELLO CONCERTO NO.2 IN ORCHESTRAL AUDITIONS

Abstract

Joseph Haydn's Cello Concerto Number 2 in D Major is an important piece of evaluation in terms of observing the technical, musical skills and talents of the performers, which are asked to be performed in the auditions of many orchestras around the world. Although it seems simple due to its classical period features and harmonic structure, the expectations for this virtuosic work, which contains many elements in terms of style, intonation, bow techniques and speed, are high. While the expectations about this work were investigated in the auditions, an interview form was prepared for the members of the orchestra in different countries, one of whom was Turkish and ten foreigners, a content analysis of the comments was made in line with the answers received. Due to the shortness of the performance time, it is understood that the beginning part of the work is of great importance. The candidates are expected to respect the structure of the work, not to undergo any stylistic or rhythmic deformation, and to tell their own unique stories in line with all these features. In the study, a form analysis that can help to understand this concerto is also included. In addition, researching other works belonging to the classical period and enriching the musical and technical style knowledge are among the suggestions.

Keywords: *Cello concerto, Audition, Orchestra.*

*Viyolonsel sanatçısı, İstanbul Türkiye, nilkocamangil@gmail.com, (<https://orcid.org/0000-0002-8799-8904>)

**Öğr. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi Devlet Konservatuarı, İZMİR.

e-posta:mehmet.girgin@deu.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-9989-1987>)

***Korrepitör, TRT İzmir Radyosu, İZMİR.

e-posta:aycanaltungul@gmail.com, (<https://orcid.org/0000-0001-5204-8477>)

1. GİRİŞ

Hector Berlioz orkestrayı farklı ses renklerinin art arda ya da eş zamanlı olarak duyulduğu büyük bir çalgıya benzetirken (Berlioz'dan aktaran Kılıçaslan, 2012:3), Atik (1994) ise "90 ile 100 yetenekli müzisyenin birlikte yaptığı performans" olarak nitelendirmektedir. Her alanda olduğu gibi orkestranın da ilk oluşturulduğu zamandan günümüze kadar yapısının, işleyişinin, müzisyenlerinin (Gezen, 2011) geliştiği söylenebilir. Orkestra gelişiminin, çalgıların ve bestecilerin kullandığı orkestralama (orchestration) yöntemlerinin gelişimiyle paralellik göstermesi açısından bakıldığında; Sevsay'a göre (2015), işleyişin temel esasları Haydn tarafından kurulmuştur. Berlioz'un dediği gibi orkestra dev bir çalgı ise bu çalgıyı çalan müzisyene de orkestra şefi denir (Scherchen ve Deserti, 2012). Ancak orkestranın cansız bir nesne olmadığı ve içinde bulunan her çalgıyı bir çalgıcının seslendirdiği düşünüldüğünde; ortaya çıkacak olan işin birliktelikten ibaret olduğu gerçeğini kolayca söyleyebiliriz (Bentley, 1943). Klasik müzik dönemleri genel hatlarıyla incelendiğinde yaylı çalgıların çoğunlukta olduğu orkestra, günümüzde üfleme çalgılarıyla birlikte bir denge içerisinde gittikçe sayısını arttırmış ve senfoni orkestrası olarak anılmaya başlanmıştır (Say, 2002).

Orkestrada yaylı çalgılar birinci ve ikinci keman, viyola, viyolonsel ve kontrbas olarak gruplara ayrılırken üfleme çalgılar ise tahta ve nefesli üfleme grubu olarak ikiye ayrılırlar. Ayrıca üfleme çalgılar kendi içlerinde de aynı çalgıların bir araya gelmesiyle bir grup oluşturup birinci ve ikinci şeklinde kategorize edilirken benzer çalgıların bir araya gelmesiyle de (flütler piccolo flütün, obualara koranglenin eklenmesi gibi) sayılarını arttırabilirler (Sevsay, 2015). Tüm bu birlikteliğin kusursuz işleyebilmesi için orkestra şefinden bağımsız olarak kendi içinde yapılaşmış olan orkestranın şeften sonraki en önemli ismi başkemocudur (Biricik, 2017). Bunun yanında yaylı gruplarının sayılarının çoğunluğu her grup için bir şefin olmasını gerektirir. Tüm bu organizasyonun içinde çalgıcı bireysel olarak çalmaktan farklı bir iş yaptığı için orkestracılık denilen bir iş ortaya çıktığını rahatlıkla söyleyebiliriz (Sardais vd., 2019).

Orkestra partilerinin hakkını vererek çalınması orkestrada yer edinmek isteyen müzisyenler için kaçınılmaz bir unsurdur. Orkestralar üye alımı için yaptıkları sınavlarda yalnızca adayların çalgılarına ait repertuvarlara dayalı bir program sunmalarını beklememekte, aynı zamanda belirli orkestra partilerini de çalışılmış olmalarını istemektedir. Ancak her şeyden önce bu partilerin iyi çalınabilmesi için kişinin çalgısında ustalaşmış bir seviyede olması gerekmektedir (Biricik, 2017).

Makale için yapılan incelemeler doğrultusunda Haydn'ın Re Majör 2. Viyolonsel Konçertosu'nun dünyanın birçok yerinde yapılan orkestra kadro sınavlarında, adayların viyolonsel seviyelerini gösterebilmeleri için seslendirmeleri gerektiği saptanmış (Baltacıgil, 2018) ve Sevsay'ın da belirttiği gibi orkestra kullanımının temel esaslarını oluşturan Joseph Haydn'a ait olan bu eser için sınavlarda gereken beklentiler araştırılmıştır. Böylelikle orkestra giriş sınavlarında istenilen Haydn Re Majör 2. Viyolonsel Konçertosu'nda yapılan görüşmeler sonucunda hangi pasajlarda nelere dikkat edildiği üzerine veriler elde edilerek bu pasajların nasıl çalışılması gerektiği hakkında bilgi verilmesi amaçlanmıştır.

2. HAYDN İKİNCİ VİYOLONSEL KONÇERTOSU

Joseph Haydn'ın çok sayıda yazdığı senfoni ve oda müzikleri düşünüldüğünde konçertoları bunların yanında daha gölgede kalmıştır. 1783'te bestelediği re majör viyolonsel konçertosu ise konçertoları arasında en parlayanı olmuştur (Aktüze, 2003:1034). Geçmişte bu konçertonun Haydn'a ait olmadığı, 1780'lerde Haydn'ın Eszterháza Sarayı'ndaki orkestrasında sanatçı olan Anton Kraft'a ait olduğu hakkında tartışmalar yaşanmıştır (Tolley, 2019:9). Haydn'ın eserlerinde karşılaşılan "In Nomine Domini" (Tanrının adına) ve "Fine Laus Deo" (Tanrının yardımıyla bitti) ibarelerinin bu eserde bulunmaması bu tartışmanın başlama nedeni olarak gösterilir (Aktüze, 2003:1034). Çağdaş raporlar göstermektedir ki eser aslında onu 1784 yılında Londra'da seslendirmiş olan virtüöz cellist James Crevetto için bestelenmiştir (Tolley, 2019:9).

Re majör tonalitesinde 4/4'lük ölçüde ve allegro moderato tempoda başlayan birinci bölüm sonat formundadır. Giriş yirmi sekiz ölçü boyunca sürer. Burada duyulan A teması yirmi dokuzuncu ölçü ile birlikte viyolonsel tarafından sunulur.



Şekil 1: Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu 1. bölüm 29 ve 30. ölçüler

Otuz dördüncü ölçüde sonlanan A temasını dominant tonalitesi üzerinden sunulacak B temasına bağlayan modülasyonlu köprü otuz beşinci ölçüden başlar ve on beş ölçü boyunca devam eder.



Şekil 2: Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu 1. bölüm 35 ve 36. ölçüler

Ellinci ölçü ile duyulan B teması la majör tonalitesindedir ve bu iki tema sergi bölmesini oluşturur.



Şekil 3: Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu 1. bölüm 50 ve 51. ölçüler

Yetmiş yedinci ölçüde başlayan orkestral pasaj on beş ölçü boyunca devam eder ve doksan ikinci ölçüyle birlikte gelişme bölmesini dominant tonalitesi üzerinde başlatır.

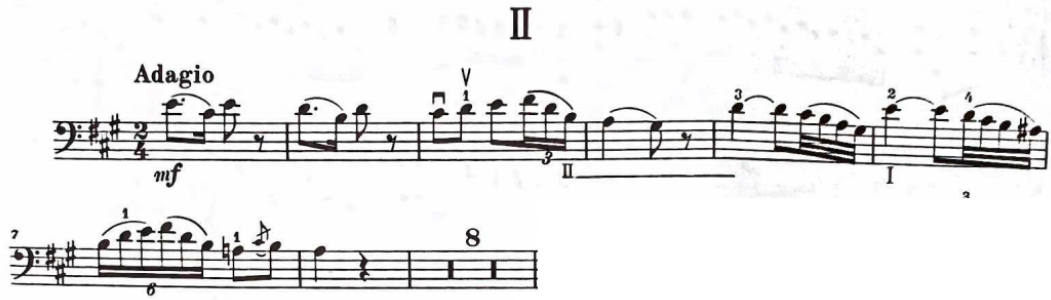


Şekil 4: Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu 1. bölüm 92 ve 93. Ölçüler

Yüz yirmi sekizinci ölçüden itibaren başlayan köprü ana tona dönüş yaparak yüz otuz altıncı ölçüde viyolonselde sunulan A teması ile yeniden sergi bölmesini başlatır. Yüz seksen birinci ölçüye kadar devam eden bu bölme viyolonselde sunduğu kadansın ardından bağlanan coda ile son bulur.

Eserin ikinci bölümü la majör tonalitesinde, 2/4'lük ölçüde adagio tempoda başlar. İlk on altı ölçü öncül ve soncul temaların tekrarlı olarak sunulduğu bir çift dönemdir. Ancak ilk dönem viyolonselde duyulurken ikinci dönem orkestradır. Buraya A bölmesi denilebilir.

A. Altungül



Şekil 5: Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu 2. bölüm 1 ve 16. ölçüler

B bölümü on yedinci ölçüde başlar ve yedi ölçü boyunca devam eder. Yirmi dördüncü ölçüde bitiş ölçüsünün yok edilmesi yöntemi ile bölümün sonu, beraberinde başlayan köprünün de başıdır.



Şekil 6: Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu 2. bölüm 17 ve 19. ölçüler

Otuz ikinci ölçüde sona eren köprü otuz üçüncü ölçüde A bölümünü tekrar başlatır. Ancak A bölümüne gerçek bir dönüş yapılmadığı ve buranın yalnızca bir hatırlatmadan ibaret olduğu temanın devamından anlaşılmaktadır.



Şekil 7: Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu 2. bölüm 33 ve 36. ölçüler

Otuz dokuzuncü ölçüde başlayan köprü bu kez gerçek A bölümüne elli üçüncü ölçüde bağlanır. Altmış ikinci ölçüde başlayan kadansın ardından bağlanan coda ile ikinci bölüm son bulur.

Eserin üçüncü bölümü re majör tonalitesinde, 6/8'lik ölçüde allegro tempoda başlar ve rondo formunda yazılmıştır. Nakarat A ilk on altı ölçüde duyulur.



Şekil 8: Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu 3. bölüm 1 ve 7. ölçüler

17. ölçü ile B bölümü başlar ve otuz üçüncü ölçüye kadar devam eder.



Şekil 9: Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu 3. bölüm 17 ve 19. ölçüler

Otuz dördüncü ölçüyle birlikte Nakarat A tekrar başlar ve ellinci ölçüde C bölümüne bağlanır.



Şekil 10: Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu 3. bölüm 50 ve 51. ölçüler

Yüz üçüncü ölçüde başlayan ve yüz on birinci ölçüde minör modaliteye bağlanan Nakarat A yüz yirmi beşinci ölçüde D bölümüne başlatır. Minör modda yüz yetmiş birinci ölçüye kadar devam eden D bölümünün ardından Nakarat A tekrar majör modda duyularak üçüncü bölüm sonlanır.



Şekil 11: Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu 3. bölüm 172 ve 175. ölçüler

3. YÖNTEM

Araştırmada veriler Türkiye'den bir yurtdışından ise on orkestranın viyolonsel üyesi ile orkestra kadro sınavlarında adaylardan istenilen Haydn'ın Re Majör 2. Viyolonsel Konçertosu hakkında görüşme yapılarak elde edilmiş ve eser analizi ile içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca araştırma için Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'ne sunulan 30.12.2020 tarih ve 10205 sayılı dilekçeye istinaden Sosyal ve Beşerî İlimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nca kabul edilen 14.01.2021 tarih ve 1037 sayılı etik kurul izni bulunmaktadır.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

4.1 J. Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu No.2'yi üyesi olduğunuz orkestranın kadro sınavlarında, değerlendirme eseri olarak adaylardan istiyor musunuz?

Katılımcılara uygulanan görüşme formları değerlendirildiğinde, Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu'nun orkestra kadro sınavlarında değerlendirme eseri olarak istendiği ve genellikle bu eserin ilk turda seslendirildiği sonucuna ulaşılmıştır.

4.2 Size göre J. Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu No.2'nin değerlendirme eseri olarak önemi nedir?

Bu eser, entonasyon, artikülasyon, stil bilgisi, ritim, vibrato, cümleme, hızlı pasajlardaki netlik açısından yorumcunun yeteneklerini ve müzikal becerilerini açıkça göstermektedir. Bu sebeplerden dolayı, görüşme formlarından elde edilen verilere göre Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu değerlendirme eseri olarak önemli bir yer teşkil etmektedir.

4.3 Adaylardan bu eserle alakalı beklentileriniz nelerdir?

Orkestraların kadro sınavları genel olarak bir yarışma ortamı niteliğindedir. Bu sınavlar, adayların becerilerinin ölçülmesine ve en iyi olanın kazanmasına yöneliktir. Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu hem klasik dönemin özellikleri hem de armonik yapısı gereği ani hızlanmalar ve yavaşlamalara uygun olmadığından dolayı entonasyon kusurlarını da açıkça ortaya koymaktadır. Bu sebeple, belirli bir doğrultuda çalınması ve sadece zor pasajların beraberinde getirdiği hatalara değil, genel entonasyona da oldukça dikkat edilmesi gerekmektedir. Bunların yanı sıra adayların stil, sonorite ve müzikal donanım alanlarındaki yetkinliği de önem taşımaktadır.

4.4 Size göre J. Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu No.2'nin en önemli pasaj(lar)ı neresidir ve bu pasaj(lar)da nelere dikkat edersiniz?

Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu'nun sergi bölümünde çok farklı ve zor pasajlar bulunmaktadır. Doğru hızda çalınmasının yanı sıra özellikle solo çello partisinin ilk cümlesi hatta ilk nota ve sesin açılış şekli en önemli unsurlardandır. Eserin giriş bölümündeki çeşitli arşe teknikleri arasındaki geçişlere, yeni gelen ikinci temanın başlangıçtan daha farklı bir yaklaşım (tonlama) ile çalınmasına, nüansların ve müzikal gelişimin iyi belirtilmesine, girişten itibaren fa diyez notası üzerine oluşturulan entonasyon anlayışı ile genel olarak artikülasyon, stil, ritim ve cümlelemelere dikkat edilmesi gerekmektedir.

4.5 Bu eseri çalınan adaylara önerileriniz nelerdir?

Öncelikle klasik dönem eserlerinin nasıl çalınması gerektiğini sadece bu eserle sınırlı kalmayıp, diğer klasik dönem eserlerini de araştırıp inceleyerek anlamak ve içselleştirmek gerekmektedir. Özellikle bu dönemdeki arşe kullanımı ve yönetimi, müzikal ve teknik artikülasyonlar, melodik ve armonik unsurlar göz önünde bulundurularak doğru cümlelemeler yapılması büyük önem taşımaktadır. Haydn'ın Re Majör Viyolonsel Konçertosu'nun tonu ve genel yapısı itibarı ile dışa dönük ve neşeli karakterini vurgulamak hem sınavlar hem de konserlerde jüri ve dinleyiciler tarafından memnuniyetle karşılanmaktadır. Sınavlarda çalmak için çok fazla vakit olmadığından dolayı, Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu için bir "çalma planı" oluşturmak önemlidir. Yorumcu neyi ve nereleri göstermesi gerektiğine karar vermelidir. Farklı tempolarda çalışarak bunun çalışını nasıl etkilediğini belirlemeli ve çalıştığı zamanlarda kendini kaydederek zayıf noktaları üzerine odaklanmalıdır. En önemli noktalardan biri ise yorumcu çalışmasının sonucunda eseri seslendirirken korkmamalı, kendini özgür hissetmeli, müzikal kimliğini ve yaratıcılığını net olarak gösterebilmelidir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırmada, "Orkestra Kadro Sınavlarında Joseph Haydn'ın Re Majör 2. Viyolonsel Konçertosuna İlişkin Beklentiler" problem durumuna yönelik incelemeler yapılmış, katılımcılar için oluşturulan görüşme formlarına içerik analizi uygulanarak ulaşılan veriler aracılığıyla aşağıdaki şekilde sonuçlara varılmış ve bu sonuçlara yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Orkestra gelişiminin, çalgıların ve bestecilerin kullandığı orkestralama yöntemlerinin gelişimiyle paralellik göstermesi açısından bakıldığında; Sevsay'a göre (2015), işleyişin temel esasları Haydn tarafından kurulmuştur. Bu açıdan değerlendirildiğinde Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu'nun orkestra sınavlarında önemli olduğu düşünülmüş, çeşitli ülkelerdeki orkestraların viyolonsel grubu üyeleriyle görüşme yapılmış ve Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu'na dair beklentileri incelenmiştir. Bu eserin dünya genelindeki hemen hemen tüm orkestra sınavlarında ilk turda seslendirilmesi istenen zorunlu bir eser olduğu bilgisine de katılımcılara uygulanan görüşme formlarının incelenmesi sonucunda ulaşılmıştır. Ton ve cümleme açısından romantik dönemin genel olarak dramatik olan atmosferine kıyasla klasik dönemin daha sade ve zarif yapısına sahip olan bu eser, barok dönemin sonlanmasından sadece birkaç yıl sonra bestelendiği için bu döneme daha yakın bir stilde yorumlanmalıdır. Örneğin, döneme uygun artikülasyon kullanımı yönünden vibratonun azlığı, özellikle hızlı pasajlarda sol el ajilitesinin sağlamlığı, sağ elde ise olabildiğince orijinale yakın ve eserin dinamizmine uygun arşe seçimlerinin yapılması çok önemlidir. Ayrıca eserin eşlik partisinin sadeliği, solo partide yapılabilecek en ufak hatayı bile kolaylıkla fark edilir duruma getirmektedir. Bundan ötürü hazırlık sürecinde detaylı bir entonasyon çalışması yapmaya özen gösterilmesi adayların performanslarına ilişkin beklentiler arasında oldukça önemli bir yere sahiptir.

Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu yorumcunun çalışı ile ilgili çok şey göstermesine rağmen orkestracılık kabiliyetini belirleyen bir taban yani değerlendirme eseri olmadığı yine katılımcılara uygulanan görüşme formlarının içerik analizi sonucunda ulaşılan bilgiler arasında yer almıştır. Ancak orkestra gelişiminin, çalgıların ve bestecilerin kullandığı orkestralama yöntemlerinin gelişimiyle paralellik gösterdiği gibi orkestra için yazılan pasajların zorluğunun da yükselen çalıcı seviyesine benzer bir şekilde gelişim gösterdiğini söyleyebiliriz. Bu açıdan düşünüldüğünde orkestra için yazılmış partilerin iyi seslendirilebilmesi; kişinin çalgısındaki ustalığına bağlıdır. Orkestracılık kabiliyeti farklı orkestra partilerinin seslendirilmesiyle belirlenebildiği gibi kişinin bu partileri

A. Altunçöl

çalabilecek seviyedeki ustalığını ise Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu'nun içerisinde barındırdığı teknik unsurlar sayesinde belirlenebilmektedir.

Yorumcunun teknik kabiliyetlerinin yanı sıra sağlıklı ve güzel bir ton elde edebilmesi için ürettiği sesin farkında olup, salonun akustiğinin ve çaldığı piyanistin avantajlarını da kullanması oldukça önemlidir. Sınava girecek olan adayın müzikal becerileri ve bu alandaki yetkinliği de dikkat edilen unsurlar arasındadır. Haydn Re Majör Viyolonsel Konçertosu'nun sergi bölümünde zor ve farklı pasajların yer alması ve bu pasajların da incelik gerektiren detaylı bir çalışmayı kapsadığı gerçeği yine ulaşılan sonuçlar arasındadır.

6. ÖNERİLER

Kadro sınavlarına yapılan başvuruların çokluğu ve sınav süresinin kısıtlı olmasından dolayı en önemli kısım başlangıçtır. İlk turda birçok katılımcı yer aldığı için adayları daha kolay eleyebilmek adına ilk notadan itibaren performansın önemi oldukça büyüktür. Hatta çoğu zaman adaylar enstrümanlarını akort ederken dahi jüri üyelerinin bir kısmı çoktan kararlarını vermiş olabilmektedirler. Dolayısıyla iyi ve detaylı bir çalışma planı ile özgüveni birleştirerek, kısıtlı bir sürede ilk saniyeden itibaren bırakılacak intiba büyük önem taşır.

Sınavlarda genellikle birinci bölümün sergi ve gelişme kısmı ile kadans dinlense de başvuru sürecinde konçertonun tamamı istendiği için bütün bölümlere özenli bir şekilde çalışmak gerekmektedir. Bazı sınavlarda jüri ikinci veya üçüncü bölümü de dinlemeyi talep edebilir ama çoğunlukla adaylar birinci bölüm ve kadans üzerinden değerlendirilirler.

Eser viyolonsel için bestelenmiş en zor konçertolardan biridir. Virtüözite isteyen bu konçertoda birçok arşe tekniği kullanılmıştır. Çeşitli ritim kombinasyonları içinde karşımıza çıkan spiccato, détaché, legato gibi pasajlarda adayların arşe hakimiyetleri çok önemlidir ve bu teknikler arasındaki geçişler net olmalıdır. Arşe tekniğini geliştirmek adına O. Ševčík'in (40 Variations Op.3) egzersiz kitabından yararlanılabilir.

Viyolonsel üçüncü telinde çalınan ikinci temada, sergi bölümünde yer alan en kalın ses aralığı kullanılmıştır. Birinci temaya göre daha legato ve lirik bir yapıda başladığından dolayı daha farklı bir tonlama ile çalınmalıdır. Genel olarak viyolonsel kalın tellerine özgü olan, özellikle 4. ve 5. pozisyonlarındaki kapalı ve puslu tını, bu pasajda da adayların en dikkat etmesi gereken unsurlardan biridir. Bu durumdan ötürü, çalınan notalar net ve anlaşılabilir olmalıdır. Aynı zamanda sol elde birçok pozisyon geçişini barındıran bu dört ölçülük cümlelerin hiçbir pozisyon veya arşe değişimi nedeniyle bölünmemesi ve devamlılığı için iki elin senkronize bir biçimde hareket etmesi, ayrıca legato arşe tekniğinin korunması çok önemlidir. Bunlara ek olarak sağlıklı ve dolu bir ses kalitesi elde edebilmek adına arşenin tel ile kontağının iyi olması ve ses yüksekliğini eşit seviyede tutabilmek için arşenin ucuna veya köküne doğru yaklaşırken istemeden oluşabilecek decrescendo ve crescendo'ları önleyerek cümle yapısının bozulmamasına dikkat etmek gerekmektedir. Bunun yanı sıra birinci kemanlarla beraber (sınavlarda piyano ile) başlayan bu temaya, birliktelik açısından da özen gösterilmelidir.

Bu konçerto için yazılmış birçok kadans bulunmaktadır. Bunların arasında en çok seslendirilen ünlü Fransız viyolonsel sanatçısı Maurice Gendron'a ait olan kadanstır. Kadansta 3 lü – 6 lü ve 10 lü olmak üzere birçok çift sesli kombinasyonlar bulunmaktadır ve bu gibi virtüözite isteyen pasajlar çok detaylı entonasyon çalışması gerektirmektedir. Kadanslar her ne kadar serbest yapıda olursa olsun, klasik bir konçertoya ait olması nedeniyle tempo geçişleri anlaşılır olmalıdır. Klasik dönemde kadanslar genellikle doğaçlama yapılmaktaydı. Günümüzde ise genellikle notaya dökülmüş olanlar tercih edilmektedir. Bu sebeple 4/4'lük ölçü yapısındaki ana hatların korunmasıyla birlikte doğaçlama yapıyor hissinin de seslendirme esnasında kaybedilmemesi oldukça önemlidir.

Çalıcı eseri öncelikle vibratosuz olarak yavaş tempoda çalmalı, her notanın doğruluğundan emin olmak için tek tek kontrol etmeli ve bu sırada kendini dikkatle dinlemelidir. Bu çalışmayı yaparken notaların kendine özgü entonasyonlarından çok, birbirini takip eden seslerin uyumuna özen gösterilmelidir. Basit bir örnek vermek gerekirse, daha eserin ilk ölçüsünde yer alan re ve fa diyez notalarını ele alabiliriz. Burada fa diyez notası, diyezler daha tiz olmalı gibi genel bir bakış açısı ile değil, öncesinde çalınan re notasına uyumu esas alınarak çalınmalıdır. Hatta re notasının açık tel olması durumu bir avantaja dönüştürülmeli ve bu notalar aynı anda çalınıp üçlü çift ses olarak entonasyon kontrolü yapılmalıdır. Başka bir örnek için yukarıda yer alan eser incelemelerinden Şekil

A. Altungül

2'ye baktığımızda; ilk ölçüde yedinci pozisyonda çalınan re majör gamın son notasına varıldığında, birinci telde üçüncü parmakla çalınan re notası ile, öncesinde ikinci telde pus ile çalınmış olan re notaları beraber tınlatılarak oktav, sonra ikinci ölçü birinci telde ikinci parmak ile çalınan do diyez notası ile yine ikinci telde pus ile çalınan re notası aynı anda tınlatılarak elde edilen disonans kontrol edilmelidir. Bu ve bunlar gibi eserin tonalitesine ve çalınmakta olan sesin bulunduğu pozisyona uygun; üçlü, beşli, oktav vb. sesler ana ses ile aynı anda çalınarak yapılacak çalışmalar, genel entonasyonu geliştirebilmek adına çok faydalı olacaktır. Bunlara ek olarak, re majör ve si minör gam ve arpejler ile desteklenebilecek bu çalışmaların beraberinde; F. Grützmacher (Etudes Op.38, Volume I & II) ve D. Popper (High School of Violoncello Playing Op. 73) gibi bestecilerin, konçertonun tonları ve teknik zorluklarına uyan birkaç etüdünü seçmenin yararlı olacağı düşünülmektedir.

Ayrıca sağ el ve sol elin koordinasyonunu sağlamlaştırmak adına çalışılan pasaja (özellikle gelişme kısmında gelen hızlı pasajlarda) ve onun temposuna bağlı olmak üzere dörtlük, sekizlik, onaltılık vb. farklı ritim kalıplarını çeşitlendirerek çalışmak çok faydalı olacaktır. Bu çalışmalarda iki elin senkronizasyonu çok önemlidir. Sağ el aksiyonu genellikle sol ele göre daha seri olduğundan ötürü, iki elin birbiriyle uyum içinde olması açısından özellikle sol elde gerçekleşecek pozisyon değişikliği önceden düşünülüp (anticipation), saliselik bir hamle ile sağ elden daha önce yapılarak iki elin de varılacak noktaya aynı anda ulaşmaları sağlanacaktır. Böylelikle senkron, ses kalitesi ve notaların birbirleriyle olan bağlantıları açısından herhangi bir kopukluk yaşanmaz. Bu sistem ancak düzenli olarak yavaştan hızlıya, tekrarlar ile çalışılarak alışkanlığa dönüşecektir ve senkronunun güçlendirilmesinin dışında, kişinin nabız (ritim duygusu) ve kas hafızasını da oldukça geliştirecektir.

Tüm bu çalışmaların yanı sıra günlük olarak B. Cossmann (Studies for Developing Agility, Strenght of Fingers and Purity of Intonation), J. Starker (An Organized Method of String Playing), F. Battanchon (12 Etudes in the Thumb Position) ve M. Yampolsky'nin (Violoncello Technique) kitaplarındaki egzersiz ve etüdlere çalışılması adaylara genel teknik kabiliyetlerini geliştirebilmek ve enstrüman çalımında ustalaşabilmek adına büyük derece katkı sağlayacaktır. Bu şekilde öncelikli olarak kulak ve kas hafızası geliştirileceği için, buradan itibaren artık müzikal anlatım ve cümlemeler üzerine odaklanarak, eserin ana yapısına sadık kalan ama çalıcının kendi özgün kimliğini sergileyebileceği bir performans gösterebilmesi üzerine özenle çalışılmalıdır.

Ayrıca adaylara kendilerini sesli veya görüntülü bir kayıt aleti ile kaydedip dinlemeleri önerilir. Bu sayede hatalarını ve geliştirilmesi gereken yanlarını daha kolay fark etme ve düzeltme olanağına sahip olacaklardır. Bunlara ek olarak adaylar ısınma rutininde kendilerini zamanlamalı ve bir günde ısınmak için ne kadar zamana ihtiyaçları olduğunu önceden belirlemelidirler. Zira sınav günü nasıl bir durumla karşılaşılacağı ön görülemeyeceği için (ısınma odasının olup olmadığı ya da müsaitliği vb. konular) adayların olasılıklara göre kendilerini en iyi şekilde planlamaları da yararlı olacaktır.

KAYNAKÇA

A Mountain Worth Climbing: Principal cellist of the Seattle Symphony reveals his love of Haydn's Cello Concerto No.2 (2018). *Strings*, 32(7), 53.

Aktüze, İ. (2003). *Müziği Okumak cilt 3*. Pan Yayıncılık.

Atık, Y. (1994). The conductor and the orchestra. *Leadership & Organization Development Journal*.

Bentley, L. R. (1943). Orchestral Cinderellas. *The Musical Times*, 84(1203), 142-143.

Biricik, S. B. (2017). Rimski-Korsakov'un Şehrazat Adlı Eserindeki Keman Soloları Bağlamında Başkemancının Görevleri. *İstanbul Üniversitesi Devlet Konservatuarı*.

Gezen, G. (2011). Orkestranın evrim sürecinde Kontrbas'ın işlevsel gelişimi. *DEÜ Güzel Sanatlar Enstitüsü*.

Kılıçaslan, E. (2012). Tarihsel süreç içerisinde bando ve orkestralarda Piccolo'nun yeri ve önemi. *DEÜ Güzel Sanatlar Enstitüsü*.

Sardais, C., Lortie, J., & Coblence, E. (2019). Inside the "Panacousticon": How Orchestra Conductors Play With Discipline to Produce Art. *International Journal of Arts Management*, 22(1), 73-85.

Say, A. (2002). Müzik Sözlüğü. *Müzik Ansiklopedisi Yayınları*. Ankara.

Sevsay, E. (2015). Orkestrasyon: Çalgılama ve Orkestralama Sanatı. *Yapı Kredi Yayınları*. İstanbul.

Scherchen, H., & Deserti, G. (2012). *Manuale del direttore d'orchestra*. Edizioni Curci.

Tolley, T. (2019). James Cervetto And The Origin Of Haydn's D Major Cello Concerto. *Eighteenth-Century Music*, 16(1), 9-29.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:11.03.2021 ✓Accepted/Kabul:18.06.2021

DOI:10.30794/pausbed.895184

Araştırma Makalesi/ Research Article

Kurtuluş, S., Özkan, E., Akpınar, H. M., Gürşen, A. E. ve Yaman, Ö. (2021). "Tüketicilerin Çevrimiçi İkinci El Alışveriş Platformlarından Alışveriş Yapma Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma: Çevresel Endişenin Düzenleyici Rolü" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 85-101.

TÜKETİCİLERİN ÇEVİRİMİÇİ İKİNCİ EL ALIŞVERİŞ PLATFORMLARINDAN ALIŞVERİŞ YAPMA MOTİVASYONLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: ÇEVRESEL ENDİŞENİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ

Sema KURTULUŞ*, Erdem ÖZKAN**, Habib Mehmet AKPINAR***, Aylin Ecem GÜRŞEN****, Özlem YAMAN*****

Öz

Bu çalışmanın amacı, tüketicilerin ikinci el alışveriş motivasyonlarının ve tüketici sinizminin çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlarından ürün satın alma niyetleri üzerindeki etkisinin ve çevresel endişenin bu etki üzerindeki düzenleyici rolünün belirlenmesidir. Çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlarından en az bir defa ürün satın almış 495 kişiden yüz yüze anket yöntemiyle elde edilen verilere hiyerarşik regresyon ve moderatör analizleri uygulanmıştır. Araştırma bulguları, tüketicilerin ikinci el satın alma motivasyonlarından sistem karşıtlığı, ekonomik motivasyon ve nostaljik haz ile tüketici sinizminin satın alma niyeti üzerinde anlamlı etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca çevresel endişe seviyesinin düzenleyici rolünün anlamlı olduğu belirlenmiştir. Buna göre sistem karşıtlığı, ekonomik motivasyon ve tüketici sinizminin satın alma niyeti üzerindeki etkilerini tüketicilerin çevresel endişe seviyesi farklılaştırmaktadır.

Anahtar kelimeler: *Sürdürülebilir tüketim, Çevrimiçi alışveriş, İkinci el alışveriş motivasyonu, Tüketici sinizmi, Çevresel endişe.*

A STUDY ON CONSUMERS' MOTIVATIONS TO SHOPPING FROM ONLINE SECOND-HAND SHOPPING PLATFORMS: THE MODERATING ROLE OF ENVIRONMENTAL CONCERN

Abstract

This study aims to determine the effects of consumers' second-hand shopping motivation and consumer cynicism on the intention of purchasing from online second-hand shopping sites and the moderating role of environmental concern on these effects. Hierarchical regression and moderator analyzes were applied to the data obtained by face-to-face questionnaires from 495 people who have shopped at least once from online shopping platforms. In conclusion, economic motivation and nostalgic pleasure, the two sub-dimensions of consumers' second-hand shopping motivation, and consumer cynicism positively affect second-hand purchase intention. It was also determined that the regulatory role of the level of environmental concern was significant. Accordingly, the effects of system opposition and consumer cynicism on purchasing intentions differ from the level of environmental concern of consumers. These effects differ according to the level of environmental concern.

Keywords: *Sustainable consumption, Online shopping, Second-hand shopping motivation, Consumer cynicism, Environmental concern.*

*Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İSTANBUL.

e-posta: semad@istanbul.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0003-0195-9793>)

** Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İSTANBUL.

e-posta: erdem.ozkan@istanbul.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0003-1648-3732>)

*** Öğr. Gör., Haliç Üniversitesi, BESYO, İSTANBUL.

e-posta: mehmetakpınar@halic.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-7035-4168>)

**** Arş. Gör., Galatasaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İSTANBUL.

e-posta: aegursen@gsu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0003-3126-1644>)

***** Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İSTANBUL.

e-posta: okomitoglu@gmail.com (<https://orcid.org/0000-0002-2397-9229>)

1. GİRİŞ

İnternet teknolojilerinin gelişimi ve çevrimiçi kullanıcıların sayısındaki artış çevrimiçi alışveriş olanaklarını geliştirmekte ve çeşitlendirmektedir. Tüketiciler her geçen gün daha fazla çevrimiçi alışverişe ve buna bağlantılı olarak çevrimiçi ikinci el alışverişe yönelmektedir. Sektörel raporlara göre dünyada 3 milyar 470 milyon insan çevrimiçi alışveriş yapmaktadır. Bu alışverişin dünya üzerindeki değeri 2,44 trilyon dolara ulaşmış durumdadır (WeAreSocial, 2021). Bu alışverişler arasında, çevrimiçi ikinci el alışverişlerin payı da artış göstermektedir. Sadece çevrimiçi ikinci el giyim pazarının büyüklüğü 12 milyar dolar değere ulaşmıştır (thredUP ve GlobalData, 2020; WRI, 2020). Çevrimiçi ikinci el pazarın hızlı şekilde büyümeye devam edeceği tahmin edilmektedir (BCG, 2020). Çevrimiçi ikinci el pazarındaki bu büyüme ikinci el tüketim davranışlarının açıklanmasını ve tüketicilerin ikinci el alışveriş nedenlerinin anlaşılmasını daha önemli hale getirmektedir.

İkinci el alışveriş, yeni olmayan ürünlerin geleneksel dağıtım kanalları dışındaki kanallardan satın alınması olarak tanımlanmaktadır (Guiot ve Roux, 2010). İkinci el alışveriş, paylaşım ekonomisi ve akranlar arası alışveriş kavramı ile de ilişkilendirilmektedir. Acquier vd. (2017), paylaşım ekonomilerindeki oluşumları ulaşılabilir ekonomi, platform ekonomisi ve topluluk temelli ekonomi olarak üç başlığa ayırmıştır. Ulaşılabilir ekonomi oluşumu, az kullanılmış ürünlerin kullanım miktarını artırmak için yeniden satılmasını; platform ekonomisi, dijital mecralar üzerinden alıcılar arası değiş tokuş yapılmasını ifade etmektedir. Botsman (2014) ve Hamari vd. (2016)'un çalışmalarından yola çıkarak, Puschmann ve Alt (2016) bu platformların ortaya çıkmasında üç tetikleyici güçten bahsedilmiştir. Bunlar, değişen tüketici davranışı, sosyal ağlar ve elektronik pazarlar, mobil araçlar ve elektronik hizmetler olarak gruplandırılmıştır.

İkinci el tüketimin, pazara etkileri iktisat alanında ve matematiksel modellerle çalışılmış bir konudur (Thomas, 2003). Buna karşın, pazarlama literatüründe tüketicilerin ikinci el tüketim davranışının çalışılması, görece daha yenidir. İkinci el tüketim, çevrimiçi platformlarda bağlılık, güven ve hizmet kalitesi ekseninde çalışılmıştır (ör. Fernando vd., 2018; Ghose 2009; Li vd.; 2009; Yeh vd., 2012; Yen ve Lu, 2008).

Sürdürülebilirlik ve bununla ilişkili olarak tüketimin etik ve ekolojik boyutu ile ikinci el tüketim arasındaki ilişki literatürde değinilmiş bir konudur (Guiot ve Roux, 2010). Buna karşın sürdürülebilirlik bakış açısıyla gerçekleştirilen ikinci el alışverişe yönelik çalışmaların sayısının ise daha kısıtlı olduğu gözlemlenmiştir (Ferraro vd., 2016; Guiot ve Roux, 2010; Parguel vd., 2017). Bu konudaki çalışmalar özellikle moda ve giyim sektöründedir. Örneğin, üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada ikinci el alışveriş yapanların çevre ve fiyat duyarlılığının yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Yan vd., 2015). Benzer şekilde, Çizer ve Mucan Özcan (2021) paylaşım ekonomisi türü olarak ikinci el moda sitelerine odaklandıkları çalışmada bu platformlarda alışveriş yapma niyeti üzerinde ekonomik yarar, sürdürülebilirlik, güven, elektronik ağızdan ağıza iletişim ve fiyat hassasiyetinin etkili olduğunu bulmuştur.

Sürdürülebilirlik hem uygulamada hem de akademik çalışmalarda giderek önem kazanan bir konudur. Sürdürülebilir üretim ve tüketim süreçleri işletme bakış açısıyla iş modelleri üzerinden çalışılmış, konunun tüketici tutumlarına ilişkin boyutuna ait kısıtlı bilgi olduğu belirtilmiştir (Edbring vd., 2016). Sürdürülebilirlik yaklaşımının ortaya çıkmasına sebep olan problemler işletmeler kadar tüketicilerin de gündeminde öne çıkmaktadır. Tüketicileri ikinci el ürün tüketimine yönlendiren motivasyonların bir kısmı literatürde çevre bilinci ile ilişkilendirilmiştir (Bardhi ve Arnould, 2005; Edbring vd., 2016; Parguel vd., 2017). Öte yandan, internet teknolojilerinin sunduğu imkânlar da sürdürülebilir tüketimin gerçekleştirilmesini farklı bir boyuta taşımıştır. İnternet üzerinden yapılan alışverişler, hem fiziksel kaynakların daha etkin ve verimli kullanılmasına hem de paylaşım ekonomisi üzerinden, atık ya da kullanılmış ürünlerin yeniden değerlendirilmesine, yeni alıcılar bulmasını olanak sağlamaktadır (Puschmann ve Alt, 2016). Parguel vd. (2017) akrandan akrana ikinci el platformların sürdürülebilirlikle ilişkisini tüketicilerin tutumlu olmalarını sağlamaları üzerinden kurmuş ve dolayısıyla çevrimiçi ikinci el alışverişe sürdürülebilirlik açısından bir açıklama getirmiştir.

Çevrimiçi ikinci el alışverişi sürdürülebilirlik konuları çerçevesinde ele alan ve açıklamaya çalışan çalışmalar mevcut olmakla birlikte, literatürdeki mevcut bulgular, özellikle sürdürülebilirlik bağlamında tüketicilerin

çevrimiçi alışveriş motivasyonlarını açıklamada yeterli derinliğe ve çeşitliliğe sahip değildir. Belirtilen bu boşluk bu çalışmanın temel hazırlanma gerekçesini oluşturmaktadır. Tüketicilerin ikinci el ürün satın alma motivasyonlarını ve niyetlerini sürdürülebilir tüketim çerçevesinde açıklamanın önemli olacağı değerlendirilmektedir. Buradan hareketle, bu çalışmada tüketicilerin çevrimiçi ikinci el alışveriş niyetleri sürdürülebilirlik bağlamında özellikle çevresel duyarlılıkları ve endişeleri açısından ele alınmaktadır. Bu çerçevede bu çalışmada, tüketicilerin ikinci el alışveriş motivasyonlarının ve tüketici sinizminin çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlarından alışveriş yapma niyetleri üzerindeki etkisinin ve çevresel endişenin bu etki üzerindeki düzenleyici rolünün belirlenmesi amaçlanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Çevrimiçi İkinci El Alışveriş Platformlarında Satın Alma Niyeti

Öncelikle marjinal bir tüketim formu olarak ortaya çıkan, ardından yeniden satış, tamirat ve geri dönüşümün esas alındığı önemli bir akım haline gelen ikinci el alışveriş, yeni olmayan ürünlerin geleneksel dağıtım kanalları dışındaki kanallardan satın alınması olarak tanımlanmaktadır (Guiot ve Roux, 2010). Satın alma niyeti, tüketicilerin belirli bir ürünü veya hizmeti satın almak için ne kadar istekli olduğu ile ilgilidir (Wu vd., 2011) ve tüketicinin gelecekte satın alma olasılığı olarak tanımlanmaktadır (Kim ve Ko, 2010). Parker ve Weber (2013) çevrimiçi ikinci el ürün satan platformların fiziksel ikinci el pazarların yerine geçmesi de onlara bir alternatif haline geldiğini belirtmiştir. Bu durumu göz önünde bulundurarak bu çalışmada söz konusu platformlardan yapılan ikinci el ürün satın alma niyeti anlaşılmaya çalışılmıştır.

Parguel vd. (2017) materyalist ve çevre bilinci yüksek tüketicilerin alışveriş kaynaklı bilişsel uyumsuzluklarını azaltmak için çevrimiçi, akrandan akrana ikinci el ürün satan platformlara yöneldiğini ortaya koymuştur. Chang vd. (2020) bir sosyal medya platformunun ikinci el ürün pazarında, üzerinde gerçekleşen işlemlerde satıcıların ürüne ilişkin detaylı bilgi vermesinin ve bu şekilde olumlu duygular yaratmasının satın alma niyeti yaratmada önemli olduğunu belirtmiştir. Bezañon vd. (2019) ikinci el ürünün fiziksel durumunun kötü olmasının satın alma niyetini olumsuz etkilediğini bulmuştur. Ashfaq vd. (2019) ise ikinci el ürünlerin çevrimiçi mecralardan satın alınmasında tatminin kısmi aracı role sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Öte yandan, Çakır ve Dedeoğlu (2020) ikinci el alışveriş sitelerinden ürün satın alma niyetinde algılanan riskin önemli bir faktör olduğunu ve bu risklerden özellikle fiziksel riskin ve psikolojik riskin yüksekliğinin satın alma niyetini azalttığını bulmuştur. Deniz (2020) ise tüketicilerin çevrimiçi ikinci el satın alma davranışlarını incelediği çalışmasında, diğer akranlardan farklılaşmayı ve yenilikçiliği temsil eden yaratıcı tercih özelliğinin çevrimiçi ikinci el satın alma davranışında önemli bir faktör olduğunu ortaya koymuştur.

2.2. İkinci El Tüketim / Alışveriş Motivasyonları

Edbring vd. (2016) tüketicilerin ikinci el tüketim motivasyonlarını ekonomik, çevresel, tek olma isteği ve diğer (yüksek kalite, istenen ürünün bulunur olmaması, eğlence) olmak üzere dört ana başlığa ayırmıştır. Bunun yanında, daha iyi kalite ve sağlamlık, ürünün mağazada bulunur olmaması, tasarım gibi ürüne ilişkin özellikler ve eğlence-özgünlük faktörlerinin de bu kararı etkilediğini belirtmiştir. Aynı çalışmada, tüketicileri ikinci el ürün satın almaktan alıkoyan unsurlar ise hijyene ilişkin endişeler ve yeni ürün isteği olarak belirlenmiştir. Bardhi ve Arnould (2005) ise tüketicilerin ikinci el alışveriş motivasyonlarından birinin geri dönüşüm olduğunu belirtmiştir.

Guiot ve Roux (2010) ikinci el tüketim motivasyonları arasında sürdürülebilirlik açısından etik ve ekolojik unsurların yer aldığına değinmektedir. Silva vd. (2021) ise ikinci el alışveriş tecrübesi yüksek olan tüketicilerin sürdürülebilirlik motivasyonu olduğunu ortaya koymuştur. Joung ve Park-Poaps (2013), tüketicilerin ikinci el alım-satım etkinliklerinde temel motivasyonunun sürdürülebilirlik ve çevresel konular değil parasal fayda olduğunu, Çizer ve Mucan Özcan (2021) ise ikinci el moda sitelerinden alışveriş yapma motivasyonları arasında sürdürülebilirlik konusunun da olduğunu bulmuştur. Öte yandan, İşçioğlu ve Yurdakul (2018), sürdürülebilirlik bağlamında tüketicilerin ikinci el kıyafet satın alma motivasyonları üzerine gerçekleştirdiği keşifsel çalışmanın sonucunda, tüketicilerin ekonomik, eğlenme ve nostalji odaklı motivasyonlarının ikinci el alışverişte öne çıktığını ortaya koymuştur.

Ferraro vd. (2016) çevrimiçi ve çevrimdışı pazarlarda son dönemde daha da popüler hale gelen ikinci el ürünlerin tüketicileri üzerinde bir kümeleme çalışması gerçekleştirmiş ve modanın bu alışverişlerde önemli bir motivasyon olduğunu tespit etmiştir. Guiot ve Roux (2010), tüketicilerin geleneksel perakende kanallarına bir alternatif olduğunu söyledikleri ikinci el alışverişin son dönemde arttığına dikkat çekerek, tüketicilerin ikinci el ürün satın alma motivasyonlarını ölçmeye yönelik bir ölçek geliştirmiştir. Sekiz boyutlu bu ölçek, sistem karşıtlığı, etik ve ekoloji, fiyat avantajı, adil fiyat arama, define avcılığı, orijinallik, sosyal etkileşim ve nostaljik haz boyutlarından oluşmaktadır.

Literatürde ikinci el tüketimin tüketim karşıtlığı ile de ilişkilendirildiği gözlemlenmektedir. Iyer ve Muncy (2009), tüketim karşıtlığı hareketinin kolaylaştırıcılar, küresel etkiye sahip tüketiciler, pazar aktivistleri ve bağlılık karşıtı tüketiciler olarak gruplandığını belirtmiştir. Kozinets (2002), tüketim karşıtı ünlü bir festivali ele alarak konu üzerinde etnografik bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bu festival, bir hafta süresince tüketime alternatif olarak değiş-tokuş gibi yöntemlerin kullanıldığı pazar-karşıtı olarak nitelenebilecek bir etkinliktir. Ayrıca, bu tarz etkinliklerin geçici ve yerel niteliği dolayısıyla şu an için çözüm sunmaktan uzak olduğunu belirtilmiştir.

Yukarıda özetlenen bilgiler doğrultusunda bu çalışma kapsamında oluşturulan hipotez aşağıda yer almaktadır:

H₁: İkinci el alışveriş motivasyonları çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlarından ürün satın alma niyeti üzerinde etkilidir.

2.3. Tüketici Sinizmi

Temellerini Yunan felsefesinden alan sinizm kavramı, pazarlama etkinlikleri açısından tüketicilerin işletmelerin pazarlama etkinliklerine yönelik güvensizliği olarak tanımlanmaktadır (Bertlison, 2015). Literatürde farklı disiplinlerde çalışılan sinizm kavramının Cook ve Medley'in 1954 yılında geliştirdikleri düşmanlık ölçeğiyle ilişkilendirildiği görülmektedir (Costa vd., 1986; Hochwarter vd., 2004). Kanter ve Wortzel (1985) sinizmin iletişimin olduğu her ortamda var olduğunu belirtmiştir. Buna karşın bireylerin sinizminin pazarlama literatüründen çok yönetim disiplini alanında çalışıldığı görülmektedir (Andersson, 1996, 1997; Dean vd., 1998; Hochwarter vd., 2004, Stanley vd., 2005). Ancak son yıllarda pazarlama literatüründe de tüketici sinizmine odaklanan çalışmalar görülmeye başlanmıştır (ör. Chylinski ve Chu, 2010; Helm vd., 2015).

Sinizm kavramı genel olarak kuşku, güvensizlik, şüphe gibi kavramlarla ilişkilendirilmiş ve sinizmin dışavurumunun tatminsizlik, uzaklaşma, yabancılaşma, direnç gösterme, düşmanlık olduğu belirtilmiştir (Chylinski ve Chu, 2010). Pazarlama literatüründe sinizm kavramının amaca yönelik pazarlama etkinlikleri (Ellen vd., 2006), reklam etkinliklerine karşı güvensizlik (Boush vd., 1994; Obermiller ve Spangenberg, 1998) gibi konularla ilişkilendirildiği görülmektedir. Pazarlama etkinlikleri açısından şüphelik kavramı da literatürde sinizm ile ilişkilendirilmiş bir konudur (Foreh ve Grier, 2003; Lunardo, 2012; Pomeroy ve Johnson, 2009; Skarmeas ve Leonidou, 2013).

Chylinski ve Chu (2010) tüketicilerin herhangi bir pazarlama faktörüne yönelik memnuniyetsizliği sonucu ortaya çıkan davranışını sinizm olarak tanımlamış ve bu durumun davranışsal çıktıları olduğundan söz etmiştir. Bu davranışsal çıktılar arasında satın almadan kaçınma da yer almaktadır. Helm vd. (2015), tüketici sinizminin tüketim miktarını azaltma, marka sadakatsizliği gibi davranışsal çıktılara vurgu yapmıştır. Ketron (2016), sinizm seviyesi yüksek tüketicilerin işletme tarafından verilen ürün bilgisine (beden gibi) daha şüpheli yaklaştığını ortaya koymuştur. Ayrıca aynı çalışmada algılanan aldatma aracılığıyla tüketici sinizminin satın alma iknasını etkilediği bulunmuştur. Chaouali vd. (2017) mobil bankacılığın benimsenmesi niyetine yönelik gerçekleştirdiği çalışmada sinizmin tutum aracılığıyla dolaylı olarak niyeti olumsuz olarak etkilediğini bulmuştur. Balaji vd. (2018) ise telafi sürecinde sinizm seviyesi yüksek tüketicilerin tatmin seviyesinin düşük olduğunu ortaya koymuştur. Buna sebep olarak, sinizm seviyesi yüksek tüketicilerin bu telafiyi işletmenin kendi çıkarlarını korumak üzere yönettiği bir süreç olarak ele alması olarak yorumlanmıştır.

Literatürde sinizmin tüketicilerin tutumlarına ve davranışlarına etkilerine ilişkin mevcut bulgular göz önünde bulundurularak, özellikle tüketicinin sinizminin yükselmesinin işletmelere yönelik güvensizliğin ve kuşkunun bir

sonucu olarak işletmelerin ürün tekliflerine ve iletişim mesajlarına yönelik daha fazla olumsuz yaklaşmasına sebebiyet verdiği değerlendirilmiştir. Bu durumun, sinizmi yüksek tüketicilerin çoğunlukla işletmelerden bağımsız bireysel kullanıcıların satışını yaptığı ikinci el ürünlere yönelik daha fazla ilgi göstermesine ve satın almaya yönelik olumlu değerlendirmelerde bulunmasına sebebiyet vermesi muhtemeldir. Bu yaklaşımla bu çalışma kapsamında aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

H₂: Tüketici sinizmi çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlarından ürün satın alma niyeti üzerinde etkilidir.

2.4. Çevresel Endişe

Küresel çevresel değişimin psikolojik boyutunu ele alan Stern (1992) kişinin çevresel endişesinin ekolojik, diğerlerini düşünme, kendini düşünme ve dini/ideolojik olmak üzere dört farklı motivasyondan kaynaklanabileceğini belirtmiştir. Ayrıca çevresel inançlar, davranışsal niyetler ve değer teorileri arasındaki ilişkiden bahsedilmektedir (Stern ve Dietz, 1994). Weigel ve Weigel (1978) tüketici açısından çevresel konuların anlaşılmasında psikolojinin önemine vurgu yapmış, tüketicilerin tutumları üzerinden davranışlarını ölçmek amacıyla bir çevresel endişe ölçeği geliştirmiştir. Fransson ve Garling (1999) çevreye karşı olumlu tutum ile çevresel sorumlu davranışın ilişkisine dikkat çekmiştir. Schultz (2001), kişilerin çevresel endişe geliştirme durumunun o kişinin "kendisi ve diğerleri" ve "kendisi ve doğa" ile kurduğu ilişkilerden etkilendiğini belirtmiştir. Literatürde çok sayıda çalışmanın değerler ile çevresel tutum ve davranışları ilişkilendirdiğine dikkat çeken Poortinga vd. (2004) çevresel endişenin, kişisel zenginliğe önem verme seviyesiyle ters orantılı olduğunu belirtmiştir.

Pazarlama etkinlikleri açısından çevresel endişenin tüketici davranışına nasıl yansıdığı önemli bir araştırma konusudur. Kim ve Choi (2005) yeşil satın alma davranışı üzerinde kolektivizmin dolaylı, çevresel endişenin ise doğrudan etkili olduğunu tespit etmiştir. Pagiaslis ve Krontalis (2014) çevreye duyulan endişenin çevresel bilgi, inançlar ve davranışsal niyet üzerinde doğrudan olumlu etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Ahmad vd. (2018) çevreye ilişkin inançların yeşil satın alma niyeti üzerinde olumlu etkisi olduğunu ve çevresel endişenin bu ilişkide aracı role sahip olduğunu belirtmiştir. Enzler vd. (2019) kişilerin çevreye ilişkin tutumları ve geleceğe yönelimlerinin enerji tüketimini etkileyip etkilemediği sorusuna yanıt arayan bir başka çalışma, her iki etmenin de elektrik kullanımını etkilediği bulgusuna ulaşmıştır. Malik vd. (2019), yeşil satın alma farkındalığının yeşil satın alma davranışında etkili olduğunu, çevresel endişenin ise bu etkileşimde aracılığının bulunmadığını ortaya koymuştur. Balkan tüketiciler üzerinde yapılan bir çalışmada tüketicileri çevresel endişe seviyesinin yüksek olmasına rağmen bunun satın alma kararına dönüşmediği tespit edilmiştir (Cater ve Serafimova, 2019). Wu vd. (2019) Çin'de otonom elektrikli araçların kullanımı üzerine yaptıkları çalışmada çevresel endişenin kullanım niyeti üzerinde güçlü-doğrudan olmayan aracı etkiye sahip olduğunu bulmuştur.

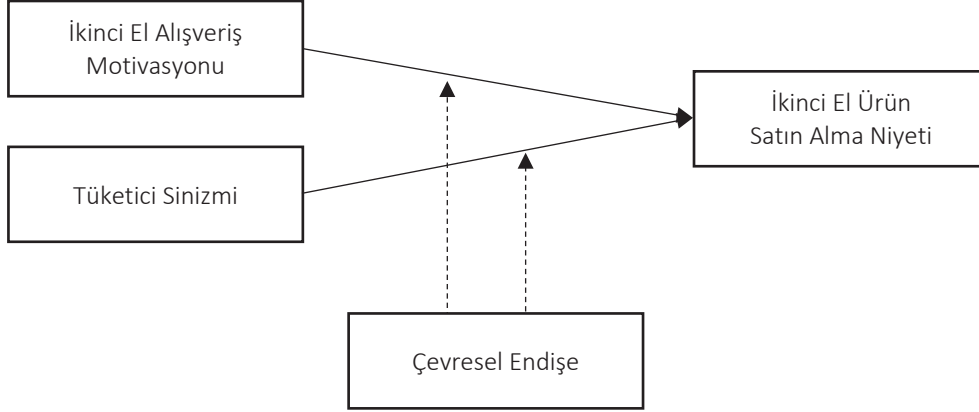
Çevresel endişenin tüketici satın alma kararlarına etkilerine ilişkin mevcut bulguların yanı sıra tüketicilerin ikinci el ürün tüketim davranışlarına etkileri de çeşitli çalışmalarda belirtilmektedir (Guiot ve Roux, 2010; Edbring vd., 2016; Parguel vd., 2017; Puschmann ve Alt, 2016; Seo ve Kim, 2019). Çevresel endişeleri yüksek tüketicilerin kaynakların kısıtlılığı ve atık üretimi gibi açılardan yapmış olduğu satın almaların sonuçlarını ve bu tüketime gerçekten ihtiyaçları olup olmadığını sorgulamaları söz konusudur (Seo ve Kim, 2019). Ayrıca çevreye zarar veren ve aşırı kaynak kullanımına sebebiyet veren tüketimlerden kaçınmak ve bilişsel uyumsuzluklardan kaçınmak için ikinci el alışverişe yönelmesi daha olasıdır (Parguel vd., 2017). Parguel vd. (2017) materyalizme yatkın ve çevre bilincine sahip tüketicilerin çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlardan alışveriş yaparak bilişsel çelişkilerini azalttığını ortaya koymuştur. Bu bilgilerden hareketle çevresel endişe düzeyinin yüksekliği ve düşüklüğünün tüketicilerin ikinci el alışverişteki davranışlarını farklılaştıracağı değerlendirilmiştir. Buna göre aşağıdaki araştırma hipotezleri oluşturulmuştur:

H₃: İkinci el alışveriş motivasyonları ve satın alma niyeti arasındaki ilişkide çevresel endişe düzenleyici etkiye sahiptir.

H_4 : Tüketici sinizmi ve satın alma niyeti arasındaki ilişkide çevresel endişe düzenleyici etkiye sahiptir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı, tüketicilerin ikinci el alışveriş motivasyonlarının ve tüketici sinizminin çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlarından ürün satın alma niyeti üzerine etkilerini ve bu süreçte çevresel endişenin düzenleyici rolünü tespit etmektir. Araştırma modelinin grafiksel gösterimi ise Şekil 1’de yer almaktadır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma modelinde yer alan değişkenleri ölçmek için literatürde daha önce oluşturulmuş çeşitli ölçeklerden yararlanılmıştır. Buna göre,

- Çevresel endişe değişkeni için Minton ve Rose (1997)'un, Antil ve Bennet (1979)'tan adapte ettiği ölçekten yararlanılmıştır.
- Tüketici sinizmi değişkeni için Helm vd. (2015) tarafından geliştirilen ve sekiz ifadeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır.
- Çevrimiçi ikinci el alışveriş motivasyonları değişkeni için Guiot ve Roux (2010) çalışmasındaki 18 ifadeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır.
- Çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlarından ürün satın alma niyeti değişkeni için Yoo ve Donthu (2001) tarafından geliştirilen dört ifadeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır.

Çalışmanın amaçlarına ulaşılması açısından araştırma kapsamındaki tüketicilerin daha önce ikinci el alışveriş sitelerinden alışveriş yapmış olmasının gerekli olduğu değerlendirilmiştir. Ayrıca satın aldığı ürün türü ile ilgili bir sınırlandırma yapılmamış ve daha önce çevrimiçi platformlardan herhangi bir ikinci el ürün satın almış olması yeterli görülmüştür. Buna uygun olarak araştırmanın anakütlesi; daha önce Türkiye’deki çevrimiçi ikinci el alışveriş sitelerinden herhangi bir ürün satın almış, İstanbul’da yaşayan, 18 yaş ve üzeri tüketicilerden oluşmaktadır. T.C. Ticaret Bakanlığı (2020)’nin yayımladığı E-Ticaret verileri incelendiğinde, Türkiye’de çevrimiçi alışveriş yapanların yaşadıkları iller dağılımında en yüksek oran İstanbul olarak dikkat çekmektedir. Bu durum Anakütlenin İstanbul’da yaşayanlar ile sınırlandırılmasında önemli olmuştur. Anakütlenin sayısal büyüklüğü ve sayısının belirlenmesindeki zorluk örnekleme çerçevesini oluşturmayı mümkün kılmamıştır. Örnekleme çerçevesi oluşturmadaki zorluğun yanı sıra zaman ve maliyet kısıtları da göz önünde bulundurularak, bu çalışmada kolayda örnekleme yöntemine dayalı bir örneklem belirlenmiştir (Malhotra, 2010).

Anakütle büyüklüğü bilinmediğinde ve/veya yeterince büyük olduğu (en az yüz bin) durumlarda örneklem büyüklüğünün en az 384 olması (%95 güven seviyesi ve %5 hata payı) yeterli görülmektedir (Krejcie ve Morgan, 1970; Sekaran, 2016). Bu yaklaşımla araştırmanın katılımcı sayısının asgari örneklem büyüklüğünden fazla olması planlanmış ve anakütleyle uygun tüketicilerden yüz yüze anket yöntemi ile araştırmanın verileri toplanmıştır. Yüz yüze anket yöntemi, katılımcı çeşitliliği oluşturabilmek açısından İstanbul’da kurumsal iş yerlerinin yoğun olduğu bölgelerde çalışanlarla ve iki farklı devlet üniversitesinin yerleşkelerinde öğrencilerle ve çalışanlarla yüz yüze görüşmek suretiyle gerçekleştirilmiştir. Veri toplama süreci sonunda geçerli 495 katılımcı verisi elde edilmiştir. Elde edilen katılımcı sayısının asgari örneklem büyüklüğünün üzerinde olduğu değerlendirilmiş ve bu veriler araştırmanın analiz sürecinde kullanılmıştır.

Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri (n=495)

Cinsiyet	n	%	Medeni durum	n	%
Kadın	307	62	Bekâr	377	76,2
Erkek	188	38	Evli	118	23,8
Yaş	n	%	En son mezun olunan okul	n	%
18-25	253	51,1	İlköğretim	7	1,4
26-33	128	25,9	Lise	217	43,8
34-41	94	19	Üniversite (Ön lisans/Lisans)	234	47,3
42-49	19	3,8	Yüksek Lisans / Doktora	37	7,5
50-57	1	0,2			
Aylık net gelir	n	%	Meslek	n	%
1500 TL ve altı	219	44,2	Özel Sektör Çalışanı	310	62,6
1501 TL-3000 TL	134	27,1	Kamu Sektörü Memur	28	5,7
3001 TL-4500 TL	40	8,1	Serbest Meslek Sahibi	56	11,3
4501 TL-6000 TL	35	7,1	Esnaf	10	2
6001 TL ve üstü	67	13,5	İşçi	1	0,2
			Öğrenci	88	17,8
			Çalışmıyor	2	0,4

4. ANALİZ VE BULGULAR

Araştırma ölçeklerinin geçerliğinin değerlendirilmesinde keşfedici faktör analizinden ve güvenilirliğinin değerlendirilmesinde ise Cronbach Alfa katsayısından yararlanılmıştır (Malhotra, 2010). Araştırma değişkenlerine yönelik uygulanan keşfedici faktör analizinde faktörleştirme için temel bileşenler analizi ve döndürme için ise varimax yöntemi kullanılmıştır. Nihai faktör yapısına karar verilirken asgari faktör yüklerinin 0,60 ve üzeri olmasına, bir ifadenin birden fazla faktörle yüksek seviyede ilişki göstermemesine (<0,10) dikkat edilmiştir (Hair vd., 2010). Bu durumlar temelinde faktör yapısını bozan ifadeler sırasıyla analiz dışı bırakılmış ve keşfedici faktör analizi tekrarlanmıştır. Elde edilen nihai faktör yapısına ilişkin faktör yükleri, faktörlerin açıklama oranları ve Cronbach Alfa değerleri Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları ve Güvenirlik Değerleri

Faktör ve İfadeler		Faktör Yüğü
İKİNCİ EL ALIŞVERİŞ MOTİVASYONLARI (Açıklanan Varyans: %73,87; KMO: 0,703; Cronbach Alfa: 0,820)		
Sosyal Bağlantı (Açıklanan Varyans: %23,56)		
SB2	Çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlarında hiçbir şey satın almasam bile insanlarla sohbet etmeyi severim.	0,899
SB3	Genellikle çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlarda sosyal etkileşime girmekten hoşlanırım.	0,887
SB4	İnsanlarla temasa geçebileceğim ve onlarla konuşabileceğim çevrimiçi ikinci el satış noktalarını severim.	0,842
SB1	Çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlarında insanlarla tanışmak ve yazışmak zevklidir.	0,823
Nostaljik Haz (Açıklanan Varyans: %19,96)		
NH4	İkinci el ürünleri otantik bulduğum için satın almayı severim.	0,802
NH2	İkinci el ürünleri bir geçmişe sahip oldukları için satın alırım.	0,745
NH3	İkinci el ürünleri geçmişi hatırlattıkları için satın alırım.	0,735
NH1	Eski şeylere yenilerden daha çok ilgi duyarım.	0,716
Sistem Karşıtlığı (Açıklanan Varyans: %17,81)		
SK2	İkinci el satın almak benim için tüketim toplumundan intikam almak gibidir.	0,811
SK3	İkinci el satın alanların tüketim toplumundan farklılaştığını düşünürüm.	0,767
SK1	İkinci el satın alarak, tüketim toplumundan soyutlandığımı düşünürüm.	0,747
Ekonomik Motivasyon (Açıklanan Varyans: %12,54)		
EM2	Yeni olması nedeniyle bir ürüne daha fazla para ödemek istemem	0,789
EM1	Çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlarından daha az para ödeyeceğim için daha fazla şey satın alırım.	0,712
EM5	İkinci el olarak satın aldığım ürünlere adil bir bedel ödediğimi düşünürüm.	0,668
TÜKETİCİ SİNİZMİ (Açıklanan Varyans: %68,79; KMO: 0,874; Cronbach Alfa: 0,905)		
TS6	Çoğu işletme kâr sağlamak için her şeyi gözden çıkarır.	0,935
TS2	İşletmeler tüketicilere hizmet etmekten çok kâr etmekle ilgilidirler.	0,933
TS1	İşletmeler ceza ödeseler de kanunlara aykırı iş yaparlar.	0,788
TS7	Çoğu işletme kâr elde etmek için elinden geleni yapar.	0,773
TS3	İşletmeler tüketicileri istedikleri şekilde yönlendirilebilir bireyler olarak görürler.	0,763
TS4	İşletmeler için ürünlerini sattıktan sonra ne olacağı önemli değildir.	0,763
ÇEVRESEL ENDİŞE (Açıklanan Varyans: %73,02; KMO: 0,915; Cronbach Alfa: 0,958)		
CE11	Üreticiler mümkün olan her alandan geri dönüştürülmüş hammaddeler kullanmalıdır.	0,923
CE7	Tüketiciler yaptıkları satın alımların çevresel sonuçlarını düşünmelidir.	0,918
CE1	Tükenebilir doğal kaynakları korumak için yeterli çaba gösterilmiyor.	0,879
CE10	Hükümet geri dönüşüm teknolojileriyle ilgili araştırmalara ödenek ayırmalıdır.	0,875
CE12	Reklamı yapılan ürünlerin çevreye zararlarına da bu reklamlarda yer verilmelidir.	0,859
CE3	Hava kirliliğini kontrol altına almak için hükümet daha fazla çaba sarf etmelidir.	0,835
CE2	Bazı ürünlerin kullanımından vazgeçmek pahasına doğal kaynaklar korunmalıdır.	0,829
CE6	Hükümet çevreyi korumaya yönelik programlara daha fazla kaynak ayırmalıdır.	0,824
CE13	Üretim ve /veya tüketim sürecinde çevreyi kirleten ürünler daha fazla vergilendirilmelidir.	0,799
CE14	Okullarda çevresel sorunlar ve çevrenin nasıl korunabileceği ders olarak okutulmalıdır.	0,793

SATIN ALMA NİYETİ (Açıklanan Varyans: %76,78; KMO: 0,762; Cronbach Alfa: 0,897)		
SAN4	Yakın gelecekte bu çevrimiçi alışveriş sitesinden bir ürün satın almayı düşünürüm.	0,911
SAN3	Yakın gelecekte bu çevrimiçi alışveriş sitesinden bir ürün satın alırım.	0,906
SAN2	Yakın gelecekte bu çevrimiçi alışveriş sitesinden bir ürün satın alma niyetim var.	0,856
SAN1	Yakın gelecekte kesinlikle bu çevrimiçi alışveriş sitesinden ikinci el bir ürün satın alırım.	0,829

Tablo 2 dikkate alındığında; ikinci el alışveriş motivasyonlarının sosyal bağlantı, nostaljik haz, ekonomik motivasyon ve sistem karşıtlığı olarak isimlendirilen dört faktör ile diğer değişkenlerin ise tek faktör ile açıklandığı, söz konusu yapıların araştırma değişkenlerinin ölçülmesi açısından geçerliğe sahip olduğu değerlendirilmiştir. Ayrıca her bir değişkene yönelik hesaplanan cronbach alfa katsayılarının ($\alpha_1=0,820$; $\alpha_2=0,905$; $\alpha_3=0,958$; $\alpha_4=0,897$) genel olarak kabul gören asgari güvenilirlik değerinin (0,70) üzerinde olduğu görülmüş (Hair vd., 2010; Malhotra, 2010) ve araştırma değişkenlerini ölçen yapıların yüksek güvenilirliğe sahip olduğu değerlendirilmiştir. Sonuçta, keşfedici faktör analizi ile elde edilen bu faktörlerin her biri ayrı değişken olarak dikkate alınmış ve sonraki analizlerde kullanılmıştır. Bu duruma uyumlu olarak H_1 hipotezi ve H_3 hipotezi alt boyutlar seviyesinde ele alınmış ($H_{1.1}, H_{1.2}, H_{1.3}, H_{1.4}, H_{3.1}, H_{3.2}, H_{3.3}, H_{3.4}$) ve her alt hipotez için ayrı ayrı test yapılmıştır.

Araştırma hipotezlerinin testi ve çevresel endişe değişkeninin moderatör etkisinin değerlendirilebilmesi amacıyla hiyerarşik regresyon analizinden yararlanılmıştır. Bu analiz öncesinde araştırmanın bağımsız değişkenleri arasında çoklu doğrusal bağlantı probleminin olup olmadığını değerlendirmek amacıyla, bu değişkenler arasındaki korelasyon değerleri incelenmiştir. Söz konusu değişkenler arasındaki ilişkileri gösteren korelasyon matrisi ile ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Korelasyon Matrisi, Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Değişkenler	Ort.	SS.	SB	SK	EM	NH	TS	ÇE
Sosyal Bağlantı (SB)	2,50	1,03						
Sistem Karşıtlığı (SK)	2,79	1,01	0,21					
Ekonomik Motivasyon (EM)	3,40	0,83	0,25	0,13				
Nostaljik Haz (NH)	3,09	0,92	0,26	0,63	0,24			
Tüketici sinizmi (TS)	3,89	0,99	-0,10	0,05	0,55	0,27		
Çevresel Endişe (ÇE)	4,11	0,97	-0,07	-0,32	0,38	-0,21	0,55	
Satın Alma Niyeti (SN)	3,64	0,67	0,12	0,03	0,44	0,36	0,51	0,44

* Ort: Değişken/Faktör aritmetik ortalaması; SS: Standart Sapma.

Tablo 3 incelendiğinde, değişkenler arasında yüksek korelasyon ($|r|<0,85$) bulunmadığı ve buna bağlı olarak çoklu doğrusal bağlantı sorunu olmadığı (Hair vd., 2010) ve bu değişkenlerin regresyon analizinde kullanılmasının uygun olduğu değerlendirilmiştir. Ayrıca regresyon modelinde otokorelasyon sorununun olup olmadığının değerlendirilmesi için Durbin-Watson değerinden yararlanılmış ve bu değer 1,841 olarak hesaplanmıştır. Bu değer kritik sınırlar olan 1,5-2,5 arasında olduğu için otokorelasyon sorunu olmadığı şeklinde değerlendirilmiştir (Kalaycı, 2009).

Hiyerarşik regresyon analizinin uygulanması öncesinde, çevresel endişe değişkeninin moderatör etkisini değerlendirebilmek açısından öncelikle tüm bağımsız değişkenler, bağımlı değişken ve moderatör değişken standartlaştırılmış ve tümü için ayrı ayrı z skorları hesaplanmıştır (Warner, 2013). Sonraki analizler ise bu z skorları temel alınarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca moderatör etkilerinin belirlenebilmesi amacıyla bağımsız değişkenler ile moderatör değişkenin z skorlarının çarpımı ile yeni etkileşim değişkenleri oluşturulmuştur (Aiken ve West, 1991 aktaran Cohen vd., 2003).

Hiyerarşik regresyon analizinin uygulanması sürecinde Model 1, çevresel endişe değişkeninin moderatör etkisinin yer almadığı, ikinci el tüketim motivasyonu değişkeninin alt boyutları ile çevresel endişe ve tüketici sinizmi değişkenlerinin satın alma niyeti üzerindeki basit etkilerinin yer aldığı çoklu doğrusal regresyon modeli

olarak tanımlanmıştır. Model 2 ise basit etkilere ilave olarak bağımsız değişkenler ile çevresel endişe değişkenini temel alarak hesaplanan etkileşim değişkenlerinin eklendiği moderatör modeli olarak tanımlanmıştır. Söz konusu iki model birlikte hiyerarşik regresyon analizi ile değerlendirilmiştir. Hiyerarşik regresyon analizi sonucunda basit ve moderatör etkilere ilişkin hesaplanan etki katsayıları (b), anlamlılık durumları (p), açıklama oranları (R²) ve modeldeki değişimin anlamlılığına ilişkin bilgiler Tablo 4'te yer almaktadır.

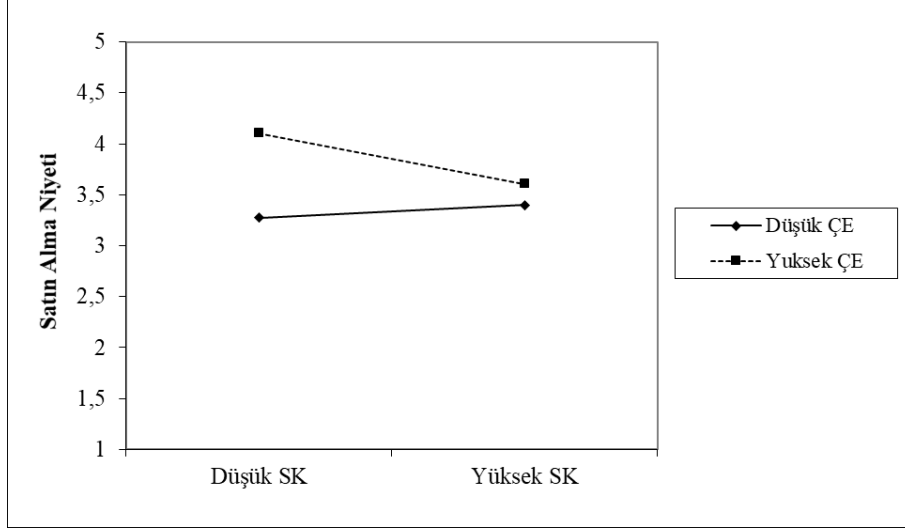
Tablo 4. Basit ve Moderatör Etkilere Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları

	Etkiler	Model 1 (Basit Model)	Model 2 (Moderator Modeli)
	Basit Etkiler:		
	Sabit	3,637*	3,597*
H _{1,1} :	Motivasyon: Sosyal Bağlantı	0,024	0,008
H _{1,2} :	Motivasyon: Sistem Karşıtlığı	-0,123*	-0,092*
H _{1,3} :	Motivasyon: Ekonomik Motivasyon	0,105*	0,153*
H _{1,4} :	Motivasyon: Nostaljik Haz	0,351*	0,338*
H ₂ :	Tüketici Sinizmi	0,078*	0,115*
	Çevresel Endişe	0,255*	0,267*
	Moderator: Çevresel Endişe		
H _{3,1} :	Sosyal Bağlantı x Çevresel Endişe		0,037
H _{3,2} :	Sistem Karşıtlığı x Çevresel Endişe		-0,159*
H _{3,3} :	Ekonomik Motivasyon x Çevresel Endişe		0,121*
H _{3,4} :	Nostaljik Haz x Çevresel Endişe		-0,041
H ₄ :	Tüketici Sinizmi x Çevresel Endişe		-0,099*
	Model Özeti		
	R ²	%45,3	%50,6
	Adj. R ²	%44,6	%49,5
	ΔF	67,327*	10,426*
<i>Bağımlı Değişken: Satın Alma Niyeti</i>			
* p<0,05			

Model 1 incelendiğinde, ekonomik motivasyon, nostaljik haz, tüketici sinizmi ve çevresel endişe değişkenlerinin satın alma niyeti üzerinde pozitif yönlü etkiye, sistem karşıtlığının ise negatif yönlü etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (b₁=0,105, p₁=0,003<0,05; b₂=0,351, p₂=0,000<0,05; b₃=0,078, p₃=0,024<0,05; b₄=0,255, p₄=0,000<0,05; b₅=-0,123, p₅=0,000<0,05). Buna karşın, sosyal bağlantının satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı gözlenmiştir (p=0,326>0,05). Model 1 (basit model) dikkate alındığında satın alma niyetinin %44,6'sının söz konusu bağımsız değişkenlerin basit etkileri ile açıklandığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak, araştırmanın H_{1,2}, H_{1,3}, H_{1,4} ve H₂ hipotezlerinin desteklendiği ama H_{1,1} hipotezinin desteklenmediği değerlendirilmiştir.

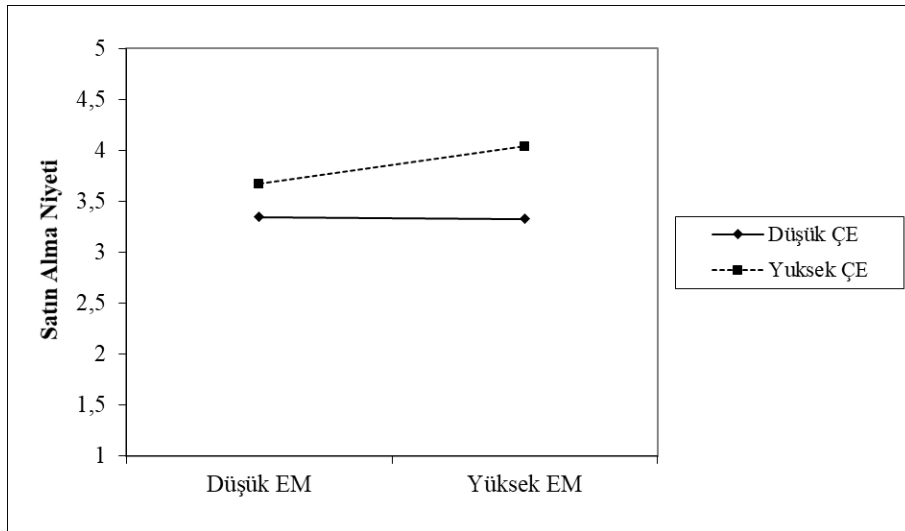
Çevresel endişe değişkeni ile bağımsız değişkenler temel alınarak oluşturulan etkileşim değişkenlerinin dahil edildiği Model 2 incelendiğinde ise sistem karşıtlığı, ekonomik motivasyon ve tüketici sinizmi değişkenlerinin satın alma niyeti üzerindeki etkisini çevresel endişe değişkeninin anlamlı seviyede etkilediği yani düzenlediği görülmüştür (p=0,000<0,05). Buna karşın sosyal bağlantı ve nostaljik haz değişkenlerinin satın alma niyeti üzerindeki etkisinde çevresel endişenin moderatör etkisinin anlamlı olmadığı görülmüştür (p₁=0,543>0,05; p₂=0,447>0,05). Moderatör etkiyi göz önünde bulunduran Model 2 aracılığıyla satın alma niyetinin %49,5'i açıklanmaktadır. Ayrıca Model 1 ile Model 2 arasında bağımlı değişkendeki açıklama oranlarındaki farklılığa ilişkin F istatistiğinin (10,426; p=0,000<0,05) de anlamlı olduğu bulunmuştur. Dolayısıyla Model 2'nin Model 1'e kıyasla daha iyi açıklama oranına sahip olduğu değerlendirilerek çevresel endişe değişkeninin moderatör etkilerinin modelde yer almasının anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır. Buradan hareketle, araştırmanın H_{3,2}, H_{3,3} ve H₄ hipotezlerinin desteklendiği ama H_{3,1}, H_{3,4} hipotezlerinin ise desteklenmediği değerlendirilmiştir.

Çevresel endişe değişkeninin oluşturduğu moderatör etkilerin yönünü ve şiddetini yorumlayabilmek açısından Aiken ve West'in (1991) önerdiği şekilde (aktaran Cohen vd., 2003) doğrudan regresyon katsayılarını değerlendirmek yerine, bu etkileri yansıtan basit eğim grafikleri (simple slope analysis) oluşturulmuş ve bu grafiklerdeki değişimler değerlendirilmiştir. Çevresel endişe değişkeninin yüksek ve düşük değerleri açısından moderatör etkileri yansıtan söz konusu grafikler Şekil 2, Şekil 3 ve Şekil 4'te yer almaktadır.



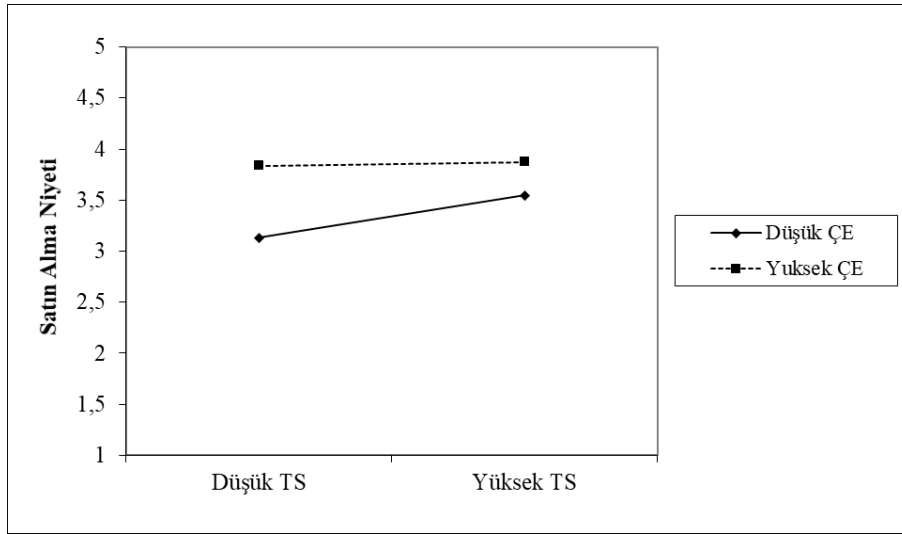
Şekil 2. Sistem Karşıtlığı ile Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkide Çevresel Endişenin Rolü

Sistem karşıtlığı ile satın alma niyeti arasındaki ilişkide çevresel endişenin rolünü yansıtan Şekil 1'e göre yüksek çevresel endişeye sahip grubun satın alma niyeti sistem karşıtlığı arttıkça düşüş göstermektedir. Buna karşın, düşük çevresel endişeye sahip grubun sistem karşıtlığı yükseldikçe satın alma niyetinde sınırlı bir artışın olduğu görülmektedir. Bu durum, çevresel endişe yükseldikçe sistem karşıtlığının satın alma niyeti üzerindeki etkisini tersine dönüştürdüğü/azalttığı şeklinde değerlendirilebilir.



Şekil 3. Ekonomik Motivasyon ile Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkide Çevresel Endişenin Rolü

Ekonomik motivasyon ile satın alma niyeti arasındaki ilişkide çevresel endişenin rolünü yansıtan Şekil 2'ye göre yüksek çevresel endişeye sahip grubun satın alma niyeti ekonomik motivasyon arttıkça daha fazla artış göstermektedir. Buna karşın, düşük çevresel endişeye sahip grubun ekonomik motivasyonları yükseldikçe satın alma niyetinde sınırlı bir azalmanın olduğu görülmektedir. Bu durum, çevresel endişe yükseldikçe ekonomik motivasyonun satın alma niyeti üzerindeki etkisini arttırdığı/güçlendirdiği şeklinde değerlendirilebilir.



Şekil 4. Tüketici Sinizmi ile Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkide Çevresel Endişenin Rolü

Tüketici sinizmi ile satın alma niyeti arasındaki ilişkide çevresel endişenin rolünü yansıtan Şekil 3'e göre ise düşük çevresel endişeye sahip grubun satın alma niyeti tüketici sinizmi arttıkça daha fazla artış göstermektedir. Buna karşın, yüksek çevresel endişeye sahip grubun tüketici sinizmi yükseldikçe satın alma niyetinde bir değişimin olmadığı görülmektedir. Bu durum, çevresel endişe azaldıkça tüketici sinizminin satın alma niyeti üzerindeki etkisini arttırdığı/güçlendirdiği şeklinde değerlendirilebilir.

SONUÇ

Sürdürülebilir tüketim bağlamında ele alınan bu çalışmada, tüketicilerin ikinci el alışveriş motivasyonlarının ve tüketici sinizminin çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlarından alışveriş yapma niyetleri üzerindeki etkisinin ve çevresel endişenin bu etki üzerindeki düzenleyici rolünün belirlenmesi amaçlanmıştır. Gerçekleştirilen analizler sonucunda, tüketicilerin ikinci el alışveriş motivasyonlarından ekonomik motivasyon, nostaljik haz ve tüketici sinizminin satın alma niyeti üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu, sistem karşıtlığının ise olumsuz etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ekonomik nedenlerle ikinci el tüketime yönelmek Edbring vd. (2016) ile Sihvonen ve Turunen (2016)'nın bulgularını destekler niteliktedir. Edbring vd. (2016)'nın çalışması tüketici tutumlarının ürün grubuna göre değiştiğini vurgulaması ve mobilya ürün grubunu seçmesi yönüyle de bu çalışma bulguları açısından ayrıca önemlidir. Benzer şekilde Yan vd. (2015) de üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmada ikinci el giysilere yönelme motivasyonlarının ekonomik nedenlerle gerçekleştiğini ancak başka faktörlerin de devreye girebileceğini belirtmiştir. Bu bulgular hem çevresel hem de ekonomik faktörlerin ikinci el giysi tüketiminde önemli nedenler olduğunu belirten Laitala vd. (2018)'ni doğrulamaktadır. Sosyal bağlantı boyutunun ise satın alma niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

Tüketicilerin çevresel endişesinin modele düzenleyici etkisi dâhil edildiği durumda ise çevresel endişenin tüketici sinizmi, ekonomik motivasyon ve sistem karşıtlığı değişkenlerinin satın alma niyeti üzerindeki etki düzeylerini farklılaştırdığı bulunmuştur. Dolayısıyla söz konusu değişkenlerin satın alma niyeti üzerindeki etkisi üzerinde çevresel endişenin düzenleyici bir etkiye sahip olduğu değerlendirilmiştir. Çevresel endişenin yüksek veya düşük olma durumuna göre satın alma niyetinin farklılaşma durumunu gösteren analiz sonuçlarından yola çıkılarak çevresel endişenin farklı değişkenlerin satın alma niyeti üzerindeki etkisini düzenlediği görülmüştür. Buna göre, çevresel endişe yükseldikçe sistem karşıtlığının satın alma niyeti üzerindeki etkisini azalttığı, ekonomik motivasyonun satın alma niyeti üzerindeki etkisini ise arttırdığı/güçlendirdiği tespit edilmiştir. Bu bulgular Ahmad vd. (2018)'in çevresel endişenin yeşil satın alma davranışı üzerindeki aracı etkisini ortaya koyduğu çalışmaları ile Wu vd. (2019)'un yine çevreci bir ürün olan elektrikli araç kullanımında çevresel endişenin dolaylı olarak aracı etkisini ortaya koyduğu çalışmalarıyla ilişkilendirilebilir. Ayrıca çevresel endişe azaldıkça tüketici sinizminin satın alma niyeti üzerindeki etkisinin arttığı bulunmuştur.

Çalışmanın bulgularının ikinci el alışveriş imkânı sunan çevrimiçi alışveriş platformlarının iletişim ve pazarlama etkinlikleri açısından yol gösterici nitelik taşıyabileceği düşünülebilir. Bu işletmelerin pazarlama etkinlikleri açısından, ekonomik motivasyonun bu platformlardan alışverişte öncül olduğu bulgusundan yola çıkarak bu platformların uygun fiyat ve fiyat avantajları oluşturacak kampanyalar sunmaya odaklanmaları önerilebilir. Bu durumun reklam ve iletişim çalışmalarında da duyurulması faydalı olabilir. Çalışmanın satın alma niyeti üzerinde etkili diğer iki unsur olan nostaljik haz ve tüketici sizmi hakkındaki bulguları ise benzer şekilde işletmelerin iletişim etkinliklerinde kullanılabilir. Çevrimiçi ikinci el alışveriş platformlarının reklam ve iletişim çalışmalarında nostaljik unsurları ön plana çıkarmaları ve amaçlarının kâr elde etmenin yanında sürdürülebilirliğe katkı sunmak, tüketimi artırmadan ihtiyaçları gidermek, insanlara bir ortak paylaşım platformu sunmak gibi misyonlar da yüklendiğini vurgulamak faydalı olabilir. Sistem karşıtlığının satın alma niyeti üzerinde olumsuz etkisi olduğu bulgusu ise iletişim çalışmalarına yol gösterebilecek bir bulgudur. Aşırı tüketim, bilinçsiz tüketim gibi kaygıları olan, işletmelerin tüketicileri daha fazla tükettirmeye yönelik faaliyetler sergilediğini düşünen ve bundan kaçınan tüketicilere yönelik ikinci el alışverişin faydalılığını ve gerekliliğini vurgulayan iletişim çalışmalarının geliştirilmesi önerilebilir. Bu iletişim süreçlerinde özellikle ikinci el alışverişin daha akılcı alışveriş süreci olduğu öne çıkarılarak ve ikinci el alışveriş ile gerekli ve bilinçli tüketim arasında bağlantılar kurularak bu tür tüketicilerin kaygılarının giderilmesi sağlanabilir. Çevresel endişenin düzenleyici etkisine ilişkin bulgular göz önüne alındığında, özellikle çevresel endişesi yüksek tüketicilere yönelik gerçekleştirilecek iletişim çalışmalarında sürdürülebilirlik ve çevrecilik temalı iletişim mesajlarının öne çıkarılması önerilebilir. Bu süreçte ikinci el alışverişin kaynakların sürdürülebilirliğine ve çevreye katkısı vurgulanabilir. Bu sayede çevreci tüketicilerin ikinci el alışverişe yönelik daha olumlu tutum sergilemesi sağlanabilir.

Çevrimiçi ikinci el alışverişe yönelik gelecekte daha büyük örneklerle ve farklı hedef kitlelerle yapılacak araştırmalar, bu konuda daha kapsamlı sonuçlar ortaya koyabilir. Ayrıca, boylamsal çalışmalar, çevresel endişe boyutlarının etkilerinin yanı sıra, ikinci el alışveriş motivasyonu boyutlarının birbirleriyle nasıl ilişkilendiğine yönelik önemli bulgular ortaya koyarak bu konuya ilişkin bakış açısının genişletilmesine önemli katkılarda bulunabilir. Ayrıca teknolojinin gelişmesiyle beraber ortaya çıkan gelişmelerin ikinci el tüketimi nasıl etkilediğine dair araştırmaların yanı sıra satıcıların ve platformların sunduğu hizmet detaylarının ikinci el tüketimde nasıl rol oynadığına dair araştırmaların yapılması da literatür için önemli sonuçlar sunabilir. Bu araştırmanın, gelecekte yapılacak bu ve benzeri çalışmalara bir dayanak oluşturacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Acquier, A., Daudigeos, T., & Pinkse, J. (2017). Promises and Paradoxes of the Sharing Economy: An Organizing Framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 1-10.
- Ahmad, I., Syed, F., Naseer, S., & Rasool, G. (2018). Environmental Concern as an Underlying Mechanism between Environmental Beliefs and Green Purchase Intentions. *South Asian Journal of Management Sciences*, 12(1), 93-115.
- Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). *Multiple regression: testing and interpreting interactions*. Sage
- Andersson, L.M. (1996). Employee Cynicism: An Examination Using a Contract Violation Framework. *Human Relations*, 49(11), 395-418.
- Andersson, L.M., & Bateman, T.S. (1997). Cynicism in the Workplace: Some Causes and Effects. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 18(5), 449-469.
- Antil, J. H., & Bennett, P. D. (1979). Construction and Validation of a Scale to Measure Socially Responsible Consumption Behavior. in Henion, K.H.II, and Kinneer, T.C. (Eds.), *The Conserver Society*, Chicago IL., American Marketing Association, 51-68
- Ashfaq, M., Yun, J., Waheed, A., Khan, M. S., & Farrukh, M. (2019). Customers' Expectation, Satisfaction, and Repurchase Intention of Used Products Online: Empirical Evidence from China. *SAGE Open*, 9(2), 1-14.
- Balaji, M. S., Jha, S., Sengupta, A. S., & Krishnan, B. C. (2018). Are Cynical Customers Satisfied Differently? Role of Negative Inferred Motive and Customer Participation in Service Recovery. *Journal of Business Research*, 86, 109-118.

- Bardhi, F., & Arnould, E. J. (2005). Thrift shopping: Combining Utilitarian Thrift and Hedonic Treat Benefits. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 4(4), 223-233.
- BCG (2020). The Consumers Behind Fashion's Growing Secondhand Market. *Boston Consulting Group*. <https://www.bcg.com/publications/2020/consumer-segments-behind-growing-secondhand-fashion-market>
- Bertlissou, J. (2015). The Cynicism of Consumer Morality. *Consumption Markets & Culture*, 18(5), 447-467.
- Bezançon, M., Guiot, D., & Le Nagard, E. (2019). The Role of Negative Physical Contagion in The Online Purchase of Second-Hand Products. *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 34(4), 2-28.
- Botsman, R. (2014). Sharing's Not Just for Start-Ups. *Harvard Business Review*, 92(9), 23-26.
- Boush, D. M., Friestad, M., & Rose, G. M. (1994). Adolescent Skepticism toward TV Advertising and Knowledge of Advertiser Tactics. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 165-175.
- Čater, B., & Serafimova, J. (2019). The Influence of Socio-Demographic Characteristics on Environmental Concern and Ecologically Conscious Consumer Behaviour among Macedonian Consumers. *Economic and Business Review for Central and South-Eastern Europe*, 21(2), 213-342.
- Chang, H. H., Lu, Y. Y., & Lin, S. C. (2020). An Elaboration Likelihood Model of Consumer Respond Action to Facebook Second-Hand Marketplace: Impulsiveness as a moderator. *Information & Management*, 57(2), 103171.
- Chaouali, W., Souiden, N., & Ladhari, R. (2017). Explaining adoption of mobile banking with the theory of trying, general self-confidence, and cynicism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 57-67.
- Chylinski, M., & Chu, A. (2010). Consumer Cynicism: Antecedents And Consequences. *European Journal of Marketing*, 44(6), 796-837
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2003). *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences*. Routledge.
- Cook, W. W., & Medley, D. M. (1954). Proposed hostility and pharisaic-virtue scales for the MMPI. *Journal of Applied psychology*, 38(6), 414-418.
- Costa Jr, P. T., Zonderman, A. B., McCrae, R. R., & Williams Jr, R. B. (1986). Cynicism and Paranoid Alienation in The Cook and Medley HO Scale. *Psychosomatic Medicine*, 48(3), 283-285.
- Çakır, İ., & Dedeoğlu, A. Ö. (2020). İkinci El Giysi Satın Alımında Algılanan Risklerin Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 27, 55-72.
- Çizer, E. Ö. & Mucan Özcan, B. (2021). Ortak Tüketim Anlayışına İlişkin Tutumların, İkinci El E-Moda Sitelerini Kullanma Niyetine Etkisi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 1-25.
- Dean Jr, J. W., Brandes, P., & Dharwadkar, R. (1998). Organizational Cynicism. *Academy of Management Review*, 23(2), 341-352.
- Deniz, E. (2020). Çevrimiçi İkinci-el Giyim Eşyası Satın Almaya Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi. *İtobiad: İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 1487-1519.
- Edbring, E. G., Lehner, M., & Mont, O. (2016). Exploring Consumer Attitudes to Alternative Models of Consumption: Motivations And Barriers. *Journal of Cleaner Production*, 123, 5-15.
- Ellen, P. S., Webb, D. J., & Mohr, L. A. (2006). Building Corporate Associations: Consumer Attributions for Corporate Socially Responsible Programs. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(2), 147-157.
- Enzler, H. B., Diekmann, A., & Liebe, U. (2019). Do Environmental Concern and Future Orientation Predict Metered Household Electricity Use?. *Journal of Environmental Psychology*, 62, 22-29.
- Fernando, A. G., Sivakumaran, B., & Suganthi, L. (2018). Comparison of Perceived Acquisition Value Sought By Online Second-Hand and New Goods Shoppers. *European Journal of Marketing*, 52(7/8), 1412-1438.
- Ferraro, C., Sands, S., & Brace-Govan, J. (2016). The Role of Fashionability in Second-Hand Shopping Motivations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32, 262-268.
- Foreh, M. R., & Grier, S. (2003). When is Honesty the Best Policy? The Effect of Stated Company Intent on Consumer Skepticism. *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 349-356.

- Fransson, N., & Gärling, T. (1999). Environmental Concern: Conceptual Definitions, Measurement Methods, and Research Findings. *Journal of Environmental Psychology, 19(4)*, 369-382.
- Ghose, A. (2009). Internet Exchanges for Used Goods: An Empirical Analysis of Trade Patterns and Adverse Selection. *MIS Quarterly, 33(2)*, 263-291.
- Guiot, D., & Roux, D. (2010). A Second-Hand Shoppers' Motivation Scale: Antecedents, Consequences, and Implications for Retailers. *Journal of Retailing, 86(4)*, 355-371.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.), Pearson Education.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of The Association for Information Science And Technology, 67(9)*, 2047-2059.
- Helm, A. E., Moulard, J. G., & Richins, M. (2015). Consumer Cynicism: Developing a Scale to Measure Underlying Attitudes Influencing Marketplace Shaping and Withdrawal Behaviours. *International Journal of Consumer Studies, 39(5)*, 515-524.
- Hochwarter, W. A., James, M., Johnson, D., & Ferris, G. R. (2004). The Interactive Effects of Politics Perceptions and Trait Cynicism on Work Outcomes. *Journal of Leadership & Organizational Studies, 10(4)*, 44-57.
- Iyer, R., & Muncy, J. A. (2009). Purpose and Object of Anti-Consumption. *Journal of Business Research, 62(2)*, 160-168.
- İşçioğlu, T. E & Yurdakul, D. (2018). İkinci El Giyim Motivasyonları ve Sürdürülebilirlik Üzerine Keşifsel Bir Araştırma. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, 4 (2)*, 253-280
- Joung, H. M., & Park-Poaps, H. (2013). Factors motivating and influencing clothing disposal behaviours. *International Journal of Consumer Studies, 37(1)*, 105-111.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Asil Yayınevi.
- Kanter, D. L., & Wortzel, L. H. (1985). Cynicism and Alienation as Marketing Considerations: Some New Ways to Approach the Female Consumer. *Journal of Consumer Marketing, 2(1)*, 5-15.
- Ketron, S. (2016). Consumer Cynicism and Perceived Deception in Vanity Sizing: The Moderating Role of Retailer (Dis)Honesty. *Journal of Retailing and Consumer Services, 33*, 33-42.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2010). Impacts of Luxury Fashion Brand's Social Media Marketing on Customer Relationship and Purchase Intention. *Journal of Global Fashion Marketing, 1(3)*, 164-171.
- Kim, Y., & Choi, S. M. (2005). Antecedents of Green Purchase Behavior: An Examination of Collectivism, Environmental Concern, and PCE. in *NA - Advances in Consumer Research Volume 32*, eds. Geeta Menon and Akshay R. Rao. Association for Consumer Research
- Kozinets, R. V. (2002). Can Consumers Escape the Market? Emancipatory Illuminations from Burning Man. *Journal of Consumer Research, 29(1)*, 20-38.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement, 30(3)*, 607-610.
- Laitala, K., & Klepp, I. G. (2018). Motivations for and against Second-Hand Clothing Acquisition. *Clothing cultures, 5(2)*, 247-262.
- Li, S., Srinivasan, K. & Sun, B. (2009). Internet Auction Features as Quality Signals. *Journal of Marketing, 73 (1)*, 75-92.
- Lunardo, R. (2012). Negative Effects of Ambient Scents on Consumers' Skepticism about Retailer's Motives. *Journal of Retailing and Consumer Services, 19(2)*, 179-185.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th Edition). Prentice Hall.
- Malik, M. I., Nawaz Mir, F., Hussain, S., Hyder, S., Anwar, A., Khan, Z. U., ... & Waseem, M. (2019). Contradictory Results on Environmental Concern While Re-Visiting Green Purchase Awareness and Behavior. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship, 13(1)*, 17-28.
- Minton, A. P., & Rose, R. L. (1997). The Effects of Environmental Concern on Environmentally Friendly Consumer Behavior: An Exploratory Study. *Journal of Business Research, 40(1)*, 37-48.

- Obermiller, C., & Spangenberg, E. R. (1998). Development of a Scale to Measure Consumer Skepticism toward Advertising. *Journal of Consumer Psychology, 7*(2), 159-186.
- Pagiaslis, A., & Krontalis, A. K. (2014). Green Consumption Behavior Antecedents: Environmental Concern, Knowledge, And Beliefs. *Psychology & Marketing, 31*(5), 335-348.
- Parguel, B., Lunardo, R., & Benoit-Moreau, F. (2017). Sustainability of the sharing economy in question: When Second-Hand Peer-to-Peer Platforms Stimulate Indulgent Consumption. *Technological Forecasting and Social Change, 125*, 48-57.
- Parker, B., & Weber, R. (2013). Second-Hand Spaces: Restructuring Retail Geographies in an Era of e-Commerce. *Urban Geography, 34*(8), 1096-1118.
- Pomeroy, A. A., & Johnson, L. W. (2009). Advertising Corporate Social Responsibility Initiatives to Communicate Corporate Image: Inhibiting Scepticism to Enhance Persuasion. *Corporate Communications: An International Journal, 14*(4), 420-439.
- Poortinga, W., Steg, L., & Vlek, C. (2004). Values, Environmental Concern, and Environmental Behavior: A Study Into Household Energy Use. *Environment and Behavior, 36*(1), 70-93.
- Puschmann, T., & Alt, R. (2016). Sharing Economy. *Business & Information Systems Engineering, 58*(1), 93-99.
- Schultz, P. W. (2001). The Structure of Environmental Concern: Concern for Self, Other People, and the Biosphere. *Journal of Environmental Psychology, 21*(4), 327-339.
- Sekaran, U. (2016). *Research methods for business: A skill building approach (7th edition)*. John Wiley&Sons.
- Seo, M. J., & Kim, M. (2019). Understanding the purchasing behaviour of second-hand fashion shoppers in a non-profit thrift store context. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education, 12*(3), 301-312,
- Sihvonen, J., & Turunen, L. L. M. (2016). As Good As New—Valuing Fashion Brands in the Online Second-Hand Markets. *Journal of Product & Brand Management, 25*(3), 285–29.
- Silva, S. C., Santos, A., Duarte, P., & Vlačić, B. (2021). The role of social embarrassment, sustainability, familiarity and perception of hygiene in second-hand clothing purchase experience. *International Journal of Retail & Distribution Management*. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-09-2020-0356>
- Skarmeas, D., & Leonidou, C. N. (2013). When Consumers Doubt, Watch Out! The Role of CSR Skepticism. *Journal of Business Research, 66*(10), 1831-1838.
- Stanley, D. J., Meyer, J. P., & Topolnytsky, L. (2005). Employee Cynicism and Resistance to Organizational Change. *Journal of Business and Psychology, 19*(4), 429-459.
- Stern, P. C. (1992). Psychological Dimensions of Global Environmental Change. *Annual Review of Psychology, 43*(1), 269-302.
- Stern, P. C., & Dietz, T. (1994). The Value Basis of Environmental Concern. *Journal of Social Issues, 50*(3), 65-84.
- T.C. Ticaret Bakanlığı (2020). *2020 Yılı E-Ticaret Verileri Raporu*. <https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>
- Thomas, V., M. (2003). Demand and Dematerialization Impacts of Second-Hand Markets, Reuse or More Use?. *Journal of Industrial Ecology, 7*(2), 65-78.
- thredUP & GlobalData (2020). *2020 Resale Report*. <https://www.thredup.com/resale/>
- Warner, R.M. (2013). *Applied Statistics, from Bivariate Through Multivariate Techniques*, Sage.
- WeAreSocial (2021). *Digital 2021 Report*. <https://wearesocial.com/digital-2021>
- Weigel, R., & Weigel, J. (1978). Environmental Concern: The Development of a Measure. *Environment and Behavior, 10*(1), 3-15.
- WRI (2020). 4 Indicators that the Reuse and Resale Market Is on the Rise, *World Resources Institute*. <https://www.wri.org/insights/4-indicators-reuse-and-resale-market-rise>
- Wu, J., Liao, H., Wang, J. W., & Chen, T. (2019). The Role of Environmental Concern in The Public Acceptance of Autonomous Electric Vehicles: A Survey from China. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour, 60*, 37-46.

- Wu, P. C., Yeh, G. Y. Y., & Hsiao, C. R. (2011). The Effect of Store Image and Service Quality on Brand Image and Purchase Intention for Private Label Brands. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 19(1), 30-39.
- Yan, R. N., Bae, S. Y., & Xu, H. (2015). Second-Hand Clothing Shopping among College Students: The Role of Psychographic Characteristics. *Young Consumers*. 16(1), 85-98.
- Yeh, J. C., Hsiao, K. L., & Yang, W. N. (2012). A Study of Purchasing Behavior in Taiwan's Online Auction Websites. *Internet Research*, 22(1), 98-115.
- Yen, C. H., & Lu, H. P. (2008). Effects of e-service quality on loyalty intention: an empirical study in online auction. *Managing Service Quality: An International Journal*, 18(2), 127-146.
- Yoo, B., & Donthu, N. (2001). Developing a Scale to Measure the Perceived Quality of an Internet Shopping Site (SITEQUAL). *Quarterly Journal of Electronic Commerce*, 2(1), 31-45.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:21.01.2021 ✓Accepted/Kabul:01.03.2021

DOI:10.30794/pausbed.865927

Araştırma Makalesi/ Research Article

Öztaş, S., Demirci, S., Kasal, A. ve Kılıç, H. (2021). "Determination of The Impact of Demographic Characteristics on The Furniture Preference of Consumers" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 103-114.

DETERMINATION OF THE IMPACT OF DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS ON THE FURNITURE PREFERENCE OF CONSUMERS

Savaş ÖZTAŞ*, Selçuk DEMİRCİ**, Ali KASAL***, Halil KILIÇ****

Abstract

In this study, it was aimed to determine the effect of demographic features on the preferences of the consumers living in Kayseri province. In this context, the issues and problems that furniture manufacturers will focus on have been determined. For this purpose, a survey of 35 questions was prepared and applied with face-to-face interviews with 300 people living in Kayseri province. The findings were evaluated and interpreted with using of cross tables. As a result of the study, according to the results obtained from consumers who came to the dealers to buy furniture, it was determined that women took an active role when consumers bought furniture, and that the level of appreciation increased as the education level increased. It has been observed that all consumers have high expectations about durability of the furniture. As consumers age, the types of units purchased are decreasing and it has been found that durability and functionality are at the forefront rather than the aesthetics of the furniture. Based on these results, manufacturers can make special designs and develop different sales policies by narrowing their target audiences and focusing on these selected target audiences.

Keywords: *Demographic properties, Furniture preference, Furniture consumer.*

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİN TÜKETİCİLERİN MOBİLYA TERCİHİNE ETKİSİNİN BELİRLENMESİ

Öz

Bu çalışmada, demografik özelliklerin Kayseri ilinde yaşayan tüketicilerin tercihleri üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda mobilya üreticilerinin odaklanacağı konular ve sorunlar belirlenmiştir. Bu amaçla Kayseri ilinde yaşayan 300 kişiyle 35 soruluk bir anket hazırlanmış ve yüz yüze görüşmeler ile uygulanmıştır. Bulgular çapraz tablolar kullanılarak değerlendirilerek yorumlanmıştır. Çalışma sonucunda mobilya almak için bayilere gelen tüketicilerden elde edilen sonuçlara göre, tüketicilerin mobilya satın alırken kadınların aktif rol aldığı, tüketicilerin eğitim düzeyi yükseldikçe beğeninin arttığı tespit edilmiştir. Tüm tüketicilerin mobilyanın dayanıklılığı konusunda yüksek beklentilerinin olduğu görülmüştür. Tüketiciler yaşlandıkça satın alınan ünite çeşitleri azalmakta ve mobilyanın estetiğinden çok dayanıklılığı ve işlevselliğinin ön planda olduğu görülmüştür. Bu sonuçlardan yola çıkarak üreticiler, hedef kitlelerini daraltarak ve bu seçilen hedef kitlelere odaklanarak özel tasarımlar yapıp farklı satış politikaları geliştirebilirler.

Anahtar Kelimeler: *Demografik özellikler, Mobilya tercihi, Mobilya tüketicisi.*

*Student, Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Technology, Department of Woodworking Industrial Engineering, MUĞLA.

e-mail: svsozt74@gmail.com (<https://orcid.org/0000-0003-0687-9725>)

**Assoc. Prof. Dr., Ege University, Department of Furniture and Decoration, İZMİR.

e-mail: selcuk.demirci@ege.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-2045-0426>)

***Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman University, Department of Woodworking Industrial Engineering, MUĞLA.

e-mail: alikasal@mu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-4632-0072>)

****Dr., Muğla Sıtkı Koçman University, Department of Woodworking Industrial Engineering, MUĞLA.

e-mail: halilkilic@mu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-7164-6840>)

1. INTRODUCTION

Society and humanity are in constant change and development. This change and development is also reflected in the products used by society and man. Being aware of change and development is the first step to design the products of the future, to produce the technologies of the products to be designed, to define their processes. The formation of this awareness goes through the interpretation of demographic data that change from the past to the future.

The evaluation of past demographic data together with today's data will give us concrete clues about future data. With these predictions, innovative and value-adding products can be designed.

At the center of the demographic data, the individual's living space, furniture and furniture usage patterns of equipment elements in the space, the quality of the furniture and architecture and the culture of the city are in interaction with. The structure that houses the place, the city where the structure is located, the country where the city is located, and the world where the country exists are interacting with each other. The demographic data contained within all these layers are also in communication and interaction with each other. This communication and interaction can reveal new product forms. Furniture, which is one of the most important products that establish functional and emotional bridges between the individual and the space, has to take advantage of the interaction mentioned above. Therefore, demographics affect furniture design.

Consumers' purchasing decisions in economic factors (income level, general economic situation, financial structure), social factors (culture and subculture, social class, exemplary individuals, roles, and family), psychological factors (motivation, perception, attitudes, learning, and personality) and personal factors (demographic and situational) are effective. Individuals are looking for a number of differences in product characteristics based on their individual characteristics resulting from these variables. Accordingly, every product designed for people is differentiated in such a way as to respond to consumers' expectations. The product features that require differentiation in relation to furniture are functionality, reliability, durability and safety, especially aestheticism. Since other product features other than aesthetics are essential design factors, aesthetic elements such as shape, color, balance-ratio and texture are emphasized in order to adapt the characteristics of the product to the expectations of consumers in product differentiation. As a result of the research, a situation has emerged that contrasts with Burdurlu's thesis. Especially in the lower income group, there is still an expectation of durability from furniture. However, it has been observed that the function criterion in furniture is at least as important as aesthetics. However, it is useful to note that when buying furniture, the user evaluates all the criteria of furniture and demands a stronger product (Burdurlu et al., 2005).

The influential factor in consumer markets is the "consumer." In order for a person to be considered as a consumer in terms of marketing, he/she needs to have a need to be satisfied, he/she needs to have an income to spend and the willingness to spend this income (Akyuz, 2006).

When consumers choose from a large number of products and services, they prefer those that give them the highest benefit at the lowest cost. When making this choice, they give priority to products that are recognized and known by everyone (Demircioglu, 2012). Therefore, when producing goods and services, firms have to take into account the demands and needs of consumers and the characteristics of consumer behavior (Zengin, 2009).

The fact that consumer behaviour is influenced by external factors such as culture, Family, Advisory Group, marketing environment, recognises that it can both change and have a structure to adapt to. Consumer markets are constantly changing and one of the most important changes is in demographics. Since consumers' wishes and needs will vary, Market segmentation by demographic characteristics will benefit businesses (Akyuz, 2006).

The furniture sector is one of the rare sectors where products and services, production and marketing are intertwined. Although there is a basic need and durable consumer goods, it is a sector where fashion is as effective as ready-to-wear (Turker, 2010). Furniture, which is one of the main tools in the arrangement of a place, is an important factor in the design and comfort of a house. The function of furniture in our lives has not only been limited to being an object used in the house, but it has been an item and product that has established and

communicated its own structures of meaning in every period (Arpacı, 2014). Therefore, the process of buying furniture is very important for consumers. The socio-cultural, psychological, demographic and situational factors of each consumer differ from each other. This is reflected in the purchasing process and shapes the preferences of consumers. The most effective factors in the emergence of the need for furniture are the aging of existing furniture, the need for new furniture due to the growth of children in the family, other factors arising from the family, increases in income, the influence of groups of friends and the unfashionability of furniture (Akyuz, 1998).

The behavior and attitudes of consumers in Zonguldak province in the preference of furniture were examined. Accordingly, according to demographic factors such as education status, age, gender, income status, customer profile was revealed (Cabuk 2010, Cabuk vd 2012).

In the study on the determination of furniture preferences of consumers in the province of Duzce, 38% of the participants preferred furniture alone while choosing, 29% of the wife/ffiancé with the preference they determined. It was also determined that 83% of the participants preferred to take their furniture from the province where they were located (Sevim Korkut and Kaval 2015).

The right determination of the needs and possibilities of consumers will enable them to reach the right product in need by choosing the most appropriate conditions. It is determined that having knowledge about furniture types and furniture properties will help you to make your preferences in the most appropriate way (Arpacı and Obuz, 2013).

In this study, the behavior of consumers with different demographics in Kayseri province in the preference of seating group furniture; attitudes before, during and after purchase, education status, age, migration, income status, property, architectural features, gender, marital status in terms of factors such as customer profile were tried to be revealed.

2.MATERIAL AND METHOD

In the first phase of this study, the number of enterprises registered in the chambers of Turkish Statistical Institute (TUIK), Kayseri Chamber of Industry, Kayseri Chamber of Commerce and Furniture-Carpenters and the number of residences in Kayseri were determined.

The field of study was selected as Kayseri province Center. The sample group (n) 30 is considered sufficient for the normality of our sampling chapter in the literature on the number of surveys to be applied to consumers in Kayseri province, which is selected as a research area. Therefore, the sample group was increased above 30 by evaluating the available facilities ($n>30$). Thus, it was tried to make the results healthier (Cil, 2000). The questionnaire consists of 35 questions. Surveys were conducted face-to-face in question-and-answer form by meeting with consumers. The information obtained was evaluated and interpreted with the help of cross tables.

The number of questionnaires to be applied to consumers in Kayseri province is determined as follows. (Türedi, 2010). Total number of dwellings in Kayseri province represent the universe. In this context, the sample size is considered sufficient for 245 considering 341 910 houses according to P: 5% sampling error, $p = 0.8$, $q = 0.2$. In order to increase the reliability of the study, the number of surveys to be applied to consumers was increased to 300. Calculations for determining the number of samples according to the total number of dwellings were made according to Table 1.

Tablo 1. Sample sizes corresponding to different target groups for 5% and 10% sampling errors

Target group	Sample size for $\alpha=0,05$			
	%5 Sampling error (d)		%10 Sampling error (d)	
	p=0,05, q=0,05	p=0,8, q=0,2	p=0,05, q=0,05	p=0,8, q=0,2
1000	278	198	88	58
2000	322	219	92	60
3000	341	227	93	60
4000	351	232	94	61
5000	357	234	94	61
10000	370	240	95	61
20000	377	243	96	61
50000	381	245	96	61
100000	383	245	96	61
500000	384	246	96	61

3. FINDINGS AND DISCUSSION

There are approximately 63.691 private enterprises registered in the furniture industry (chamber of Commerce, Industry, Furniture Makers and carpenters) and approximately 2.000 of these enterprises are active in Kayseri (Demirci, 2004).

According to TUIK data, the total number of houses in Kayseri province was found to be 341910. In the scope of the research, the general results of the surveys conducted for 300 people were given in Table 2. When the table was examined, it was found that the number of men surveyed was higher, the majority of respondents were between the ages of 21-40, education levels were higher, and income levels were between 2000-4000. It was also determined that the majority of the participants were homeowners, the houses were between about 150-200m², and the majority of the participants were from the center of Kayseri.

Table 2. Overall results of the survey

Demographic	Factors	Participants	Percent (%)
Gender	Male	167	55,7
	Female	133	44,3
Age	20-30	65	21,7
	31-40	141	47,0
	41- 50	69	23,0
	51 and +	25	8,3
Education status	Primary school	16	5,3
	Secondary school	5	1,7
	High school	53	17,7
	Under graduate	191	63,7
	Graduate	35	11,7
Income status	2000-4000 TL	173	57,7
	4000-6000 TL	64	21,3
	6000-8000 TL	28	9,3
	8000-10000 TL	12	4,0
	Other	23	7,7
Ownership status	Householder	232	77,3
	Tenant	68	22,7

H. Kılıç

Square of house	0-100 m ²	20	6,7
	100-150 m ²	115	38,3
	150-200 m ²	131	43,7
	200 m ² and +	34	11,3
Immigration status	Kayseri	221	73,7
	Districts of Kayseri	15	5,0
	Other cities	64	21,3

3.1.Evaluation of The Effects of Demographic Data on Furniture Preference

Within the scope of the study, the effect of demographic data (gender, age, education, income level, property status, residential use area and migration status) on consumers' preferences for furniture was tried to determine, and the results related to some of these demographic data are summarized in the tables below.

3.1.1.Evaluation of The Effect of Gender On Furniture Preference

Of the 300 surveyed, 167 were male and 133 were female. It has been determined that the person who is effective in men's choice of furniture is largely their partner. It was determined that the person who was effective in women's choice of furniture was largely themselves, and that women received ideas from more relatives than men when buying furniture. This situation shows that women are the determinants of furniture choice and women make the decision to buy. Therefore, when designing furniture, it was understood that it would be right to evaluate the products with a lady's eye. Distribution of the effect of gender on furniture preference when buying furniture is given in Figure 1.

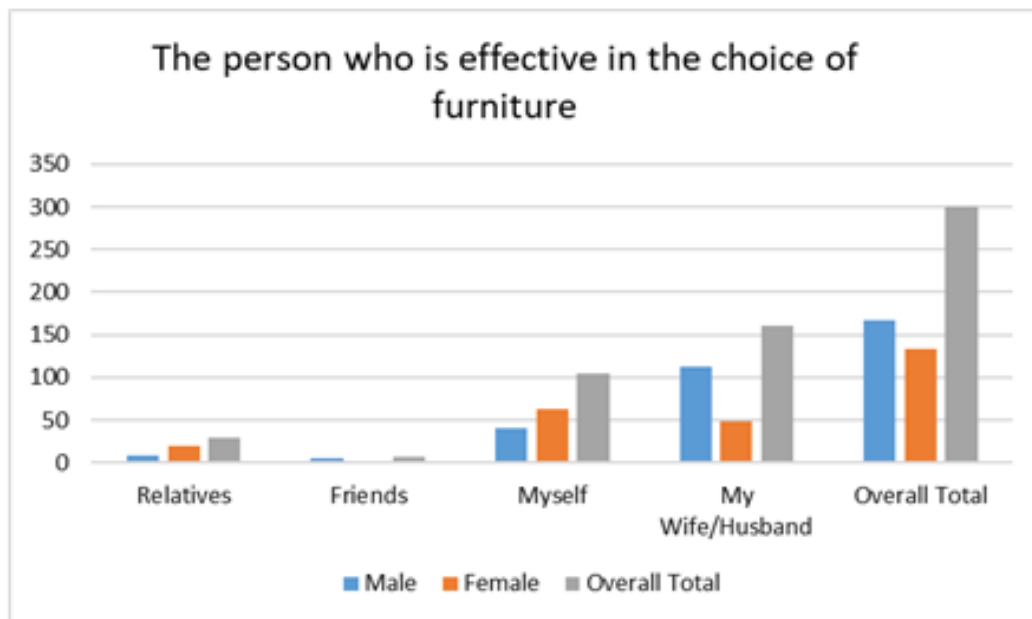


Figure 1. Distribution of the impact of gender on furniture choice when buying furniture

3.2.2. Examination of Consumers' Expectations in Furniture Preference as They Age

When consumers were between the ages of 31-40, it was determined that the importance of durability was more important when buying furniture, and the expectation of durability in furniture decreased as their ages progressed. As consumers age, their expectations of furniture preference are given in Figure 2.

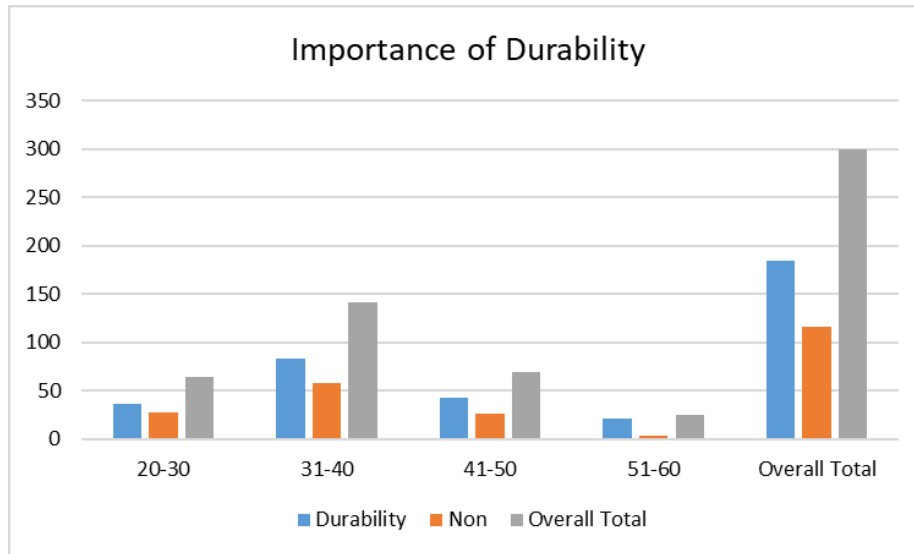


Figure 2. Distribution of expectations in furniture preference as consumers age

3.2.3. Determination The People Who Are Effective in Buying Furniture According to The Age of Consumers

According to the age group of consumers who are effective in their preferences when buying furniture; consumers prefer furniture at a young age while acting in common with their wife/husband, the choice of furniture is left to the wife as the ages increased. Distribution Figure 3. is also given regarding the people who are effective in buying furniture according to the age of consumers.

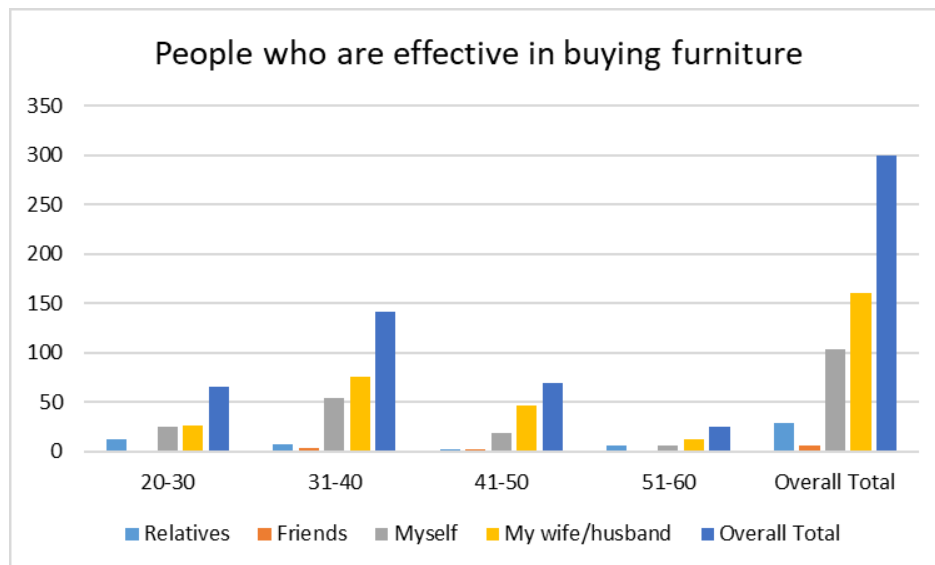


Figure 3. Distribution related to people who are effective when buying furniture according to the age of consumers

3.2.4. Products in The Living Room Furniture Preference According to The Age of Consumers

According to the age of the consumers in the living room furniture preference of the products examined; 31-40 years of age of the consumers when buying furniture for the living room as a set (seat set, TV unit, table and chair) was determined to prefer. As consumers age, the number of products they buy has decreased, and they prefer to buy enough products to meet more basic needs. The distribution of the products in the living room furniture preference according to the age of the consumers is given in Figure 4.

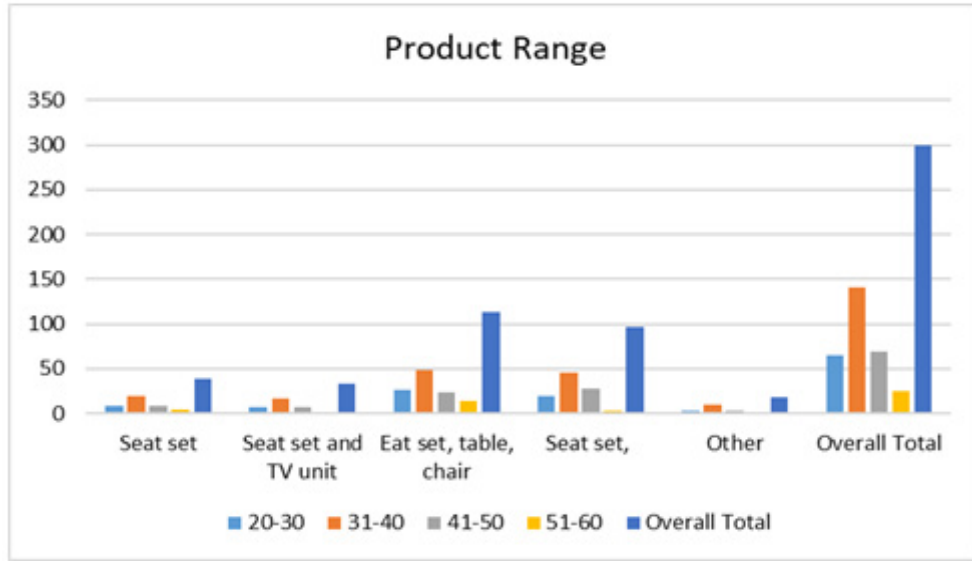


Figure 4. Distribution of products in the living room furniture preference according to the age of consumers

3.2.5. Determination the Effect of Consumers' Educational Status on Aesthetic Preference in Furniture

As consumers' education levels increased, it was observed that they paid more attention to aesthetic aspects in the furniture they purchased. This situation shows that consumers care more about aesthetics in product designs as their education increases. The distribution of the effect of the educational status of consumers on aesthetic preference in the selection of furniture is given in Figure 5.

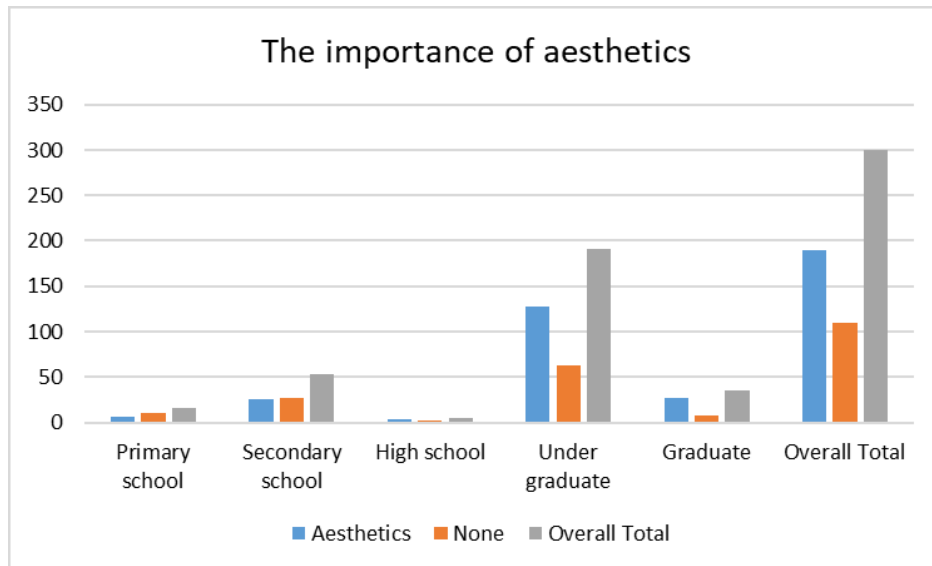


Figure 5. Distribution of consumers' educational status on the effect of aesthetic preference in furniture

3.2.6. Determining The Effect of Education Status On the Preference of Durability of Furniture

As the educational status of consumers increases, it has been determined that the issue of durability in the furniture they buy is as important as it is in aesthetics. Furniture is not the nature of goods that can be exchanged in a short time, but it is expected to be of quality because it is a commodity that is purchased in numbered times and targeted for long-term use. The distribution of the educational status of consumers regarding durability in the selection of furniture is given in Figure 6.

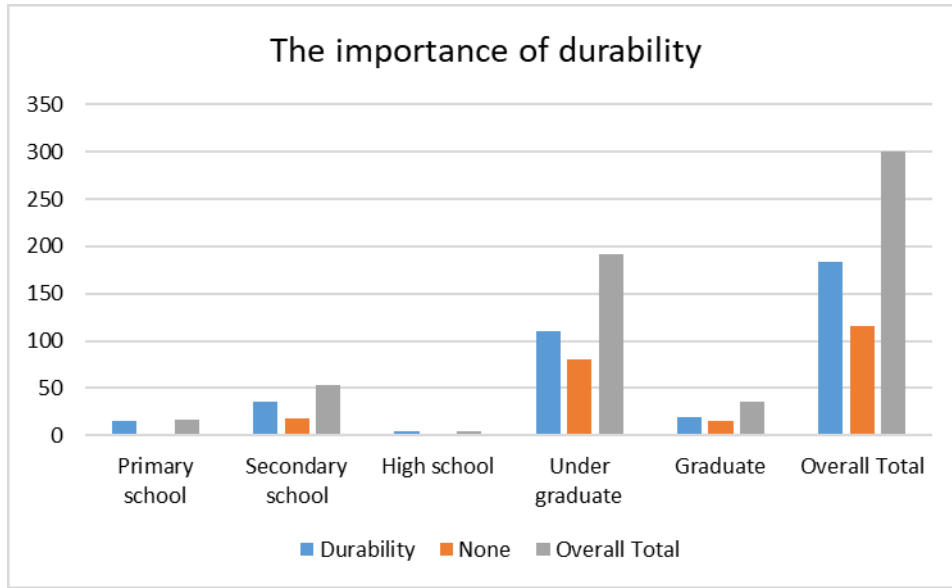


Figure 6. Distribution of consumers' educational status on the effect of durability preference in furniture

3.2.7. Determining The Color Preferences of Consumers When Buying Furniture According to Income Level

When examining the color preferences of consumers according to their income levels when purchasing furniture, it was observed that more coffee tones (milk coffee) were preferred. This is supposed to be due to the fact that the coffee tones do not show much dust and dirt. Light-colored furniture is thought to be risky to consumers because it has more dirt and stain-holding properties. Color preferences are given in Figure 7. when consumers buy furniture based on their income level.

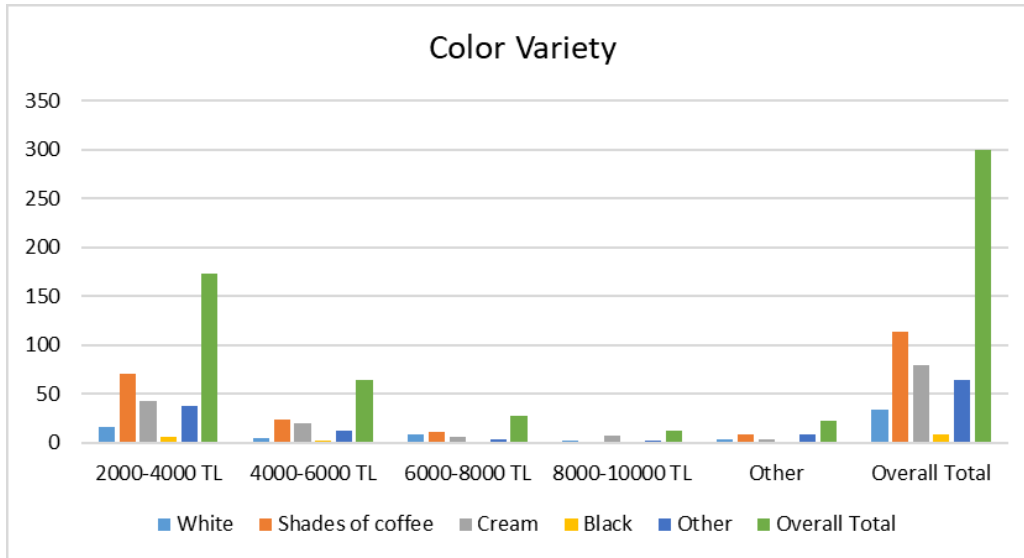


Figure 7. Distribution of color preferences when buying furniture according to the income level of consumers

3.2.8. Determination of The Preferred Housing Area of Consumers According to The State of Migration

The consumers who live in Kayseri and Kayseri have preferred the most 150 - 200m² residences. Those who came to Kayseri from the districts preferred 150-200m² housing units. Consumers from different cities in Kayseri prefer 100-150m² housing units. The house size that consumers prefer based on their immigration status is also given in Figure 8.

H. Kılıç

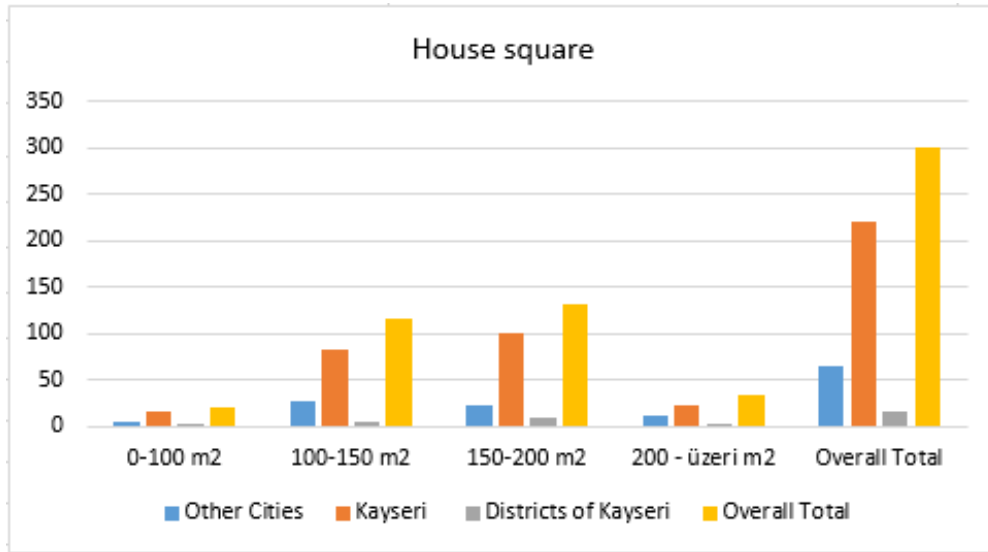


Figure 8. Distribution on the house size that consumers prefer based on their immigration status

3.2.9. Analyzing of Consumers' Economic Preference in Furniture According to The State of Migration

According to the state of migration, consumers' economic preference in furniture is examined; it is understood that according to the economy of furniture is more important for the people from other cities, than those living in Kayseri. The distribution of the furniture purchased by consumers according to the migration situation is given in Figure 9 regarding the importance of economy.

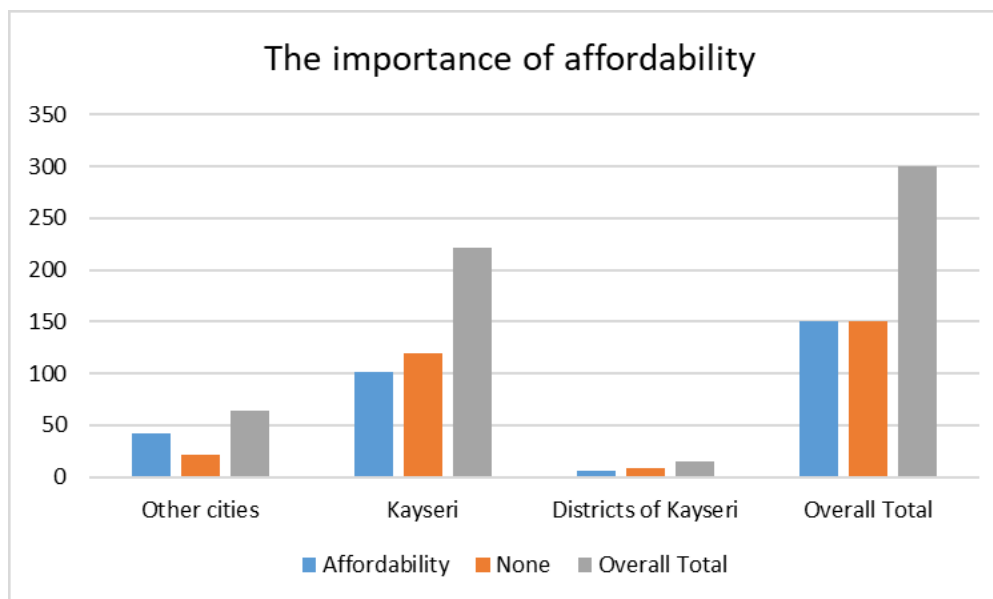


Figure 9. Distribution of importance of affordability in furniture according to migration situation

3.2.10. Analyzing of Consumers' Aesthetic Preference in Furniture According to The State of Migration

According to the state of migration, when consumers want to change their furniture, the effect of aesthetics on preference is examined; all consumers who emigrated to Kayseri or locals of Kayseri have been determined that aesthetics is important in the case of buying furniture again. The distribution Figure 10 is also given regarding the importance of aesthetic consideration in cases of re-buying furniture according to the migration status of consumers.

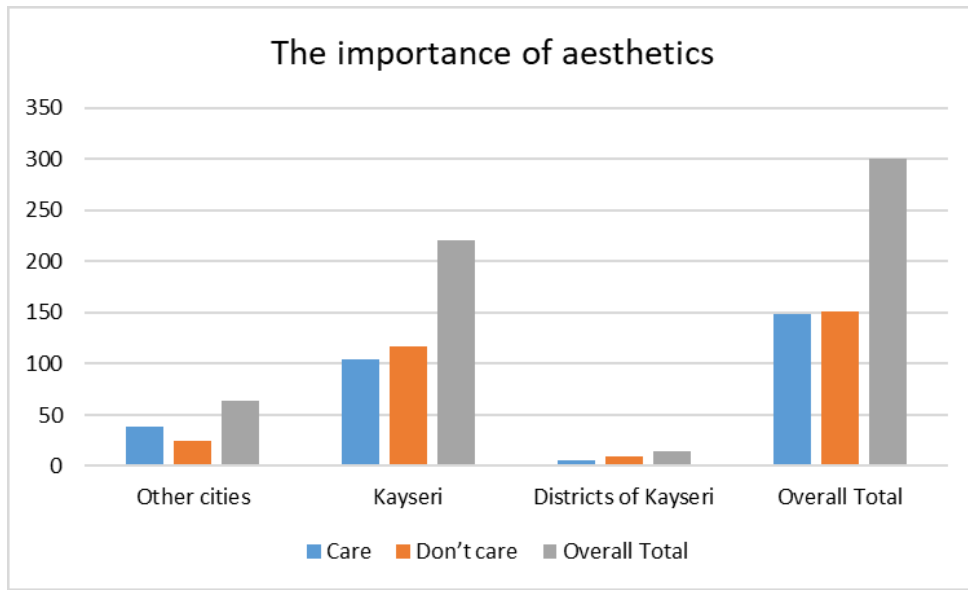


Figure 10. Distribution of aesthetics in cases of migration and re-purchasing of furniture

4. CONCLUSIONS

This study was carried out in the borders of Kayseri province with the aim of giving innovative ideas in design to brands and manufacturers who want to sell living room equipment and dining room furniture based on the demographic characteristics of the target audience. In addition, furniture brands serving the same geography are targeted to enable designers to take multidisciplinary approaches and to help them make designs suitable for the target audience using demographic data. In addition, the data obtained from this study will be used by the manufacturer.

As a result of the study, it is observed that women take an active role in the selection of furniture and take ideas especially from their closest relatives when making these choices. As the level of education increases, the expectation from furniture increases with the level of appreciation. Whatever the demographic situation, the expectation of all people from furniture is durability. In the lower- and upper-income groups, coffee tones were found to be prominent in the color choices of the audience. As the age progresses, the types of units purchased are decreasing and the expectation is increasing about durability and functionality rather than the aesthetics of the furniture.

With these results, manufacturers can make special designs and develop different sales policies by narrowing the target audiences and focusing on these selected target audiences. However, it can also develop production patterns according to the life forms of the target audience and the places in which it is lived. Both audiences can be satisfied by making similar logic choices when choosing colors and materials for the target audiences whose income level is lowest and highest. While satisfying the upper income group with really different materials and colors, selecting the same materials and colors in the lower income group will increase the urge to buy.

This work will not only be stuck on the borders of Kayseri province. Tips have been obtained for both national and international furniture manufacturers and vendors on how demographic data will contribute to furniture design. The furniture industry will not only remain within its circle but will be able to capture different and innovative ideas on both design and sales, taking into account consumer demographics. Thus, both domestic and foreign market competitiveness of furniture manufacturing companies will increase.

In the light of these studies, the depth of these studies can be increased by investigating the effect of demographic data on furniture production technologies and material quality.

5. ACKNOWLEDGEMENTS

Preliminary data of this study were verbally presented at the 29th International Conference Research for Furniture Industry which held in Ankara, Turkey, 2019. Then, data sets were expanded before converting into a scientific manuscript.

REFERENCES

- Akyuz I. 1998. "The study of consumers behaviour on preferences of furniture in point of sex (Trabzon county center model)", Master Thesis, Karadeniz Technical University, Graduate Institute of Natural Applied Sciences.
- Akyuz I. 2006. "The effects of sociocultural and sociopsychological factors on consumer behavior during furniture purchase", PhD Thesis, Karadeniz Technical University, Graduate Institute of Natural Applied Sciences.
- Arpacı F., Obuz K. 2013. "Consumers preferences related to furniture" *Journal of Academic Perspective*, Vol.36, p.1-20.
- Arpacı F., 2014. "Furniture purchasing, usage behavior and furniture purchasing problems of consumers living in Ankara", *International Refereed Journal of Marketing and Market Research*, Vol.2(1), p.2-15.
- Burdurlu, E., Usta, I., Berker, U. O., Altun, S. 2005. "Determination of classical chair style and colour preferences of consumers with different demographic dimensions", *Gazi University, Journal of Polytechnic*, Vol.8(4), p.359-367.
- Cabuk, Y. 2000. "The study of consumers behaviour on preferences of furniture in point of sex (Ordu country center model)". Master Thesis, Karadeniz Technical University, Graduate Institute of Natural Applied Sciences.
- Cabuk Y. Karayılmazlar S, Turedi H. 2012. "Examining consumer behavior in furniture choice in terms of demographic factors (Zonguldak country center model)", *Journal of Bartın Faculty of Forestry*, Vol.14(21), p.1-10.
- Cil B., 2000. "Statistics, Detail publishing", p.187-196, Ankara.
- Demirci S. 2004. "The status of the furniture industry in Turkey, problems and solutions", Doctoral thesis, Gazi University Institute of Science and Technology.
- Demircioğlu B. 2012. "The Effect of Brand in Consumer Buying Behavior", Master Thesis, Kahramanmaraş Sutçu İmam University Institute of Social Sciences
- Sevim Korkut, D., Kaval, S. 2015. "Consumer Preferences in Furniture Selection: The Example of Düzce", *Düzce University Faculty of Forestry Journal of Forestry*, Vol.11 (1), p.42-51.
- Türedi, H. (2010). "A study upon after-sales service in furniture sector in Zonguldak", Master thesis, Bartın University, Institute of Science, Forest Industry Engineering Department.
- Turker A. 2010. "The effects of designing factors one of the main components of furniture industry sector on consumer behaviors: A research in Kutahya province", Master Thesis, Dumlupınar University, Institute of Social Science.
- Zengin M. A. 2009. "Comparison of Brand, Store and Price Effects on Consumers' Purchasing Behaviors in Food, Ready-to-Wear and Furniture Sectors in Terms of Central Anatolia and Marmara Regions", Master thesis, Eskişehir Osmangazi University, Institute of Social Sciences.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:26.04.2021 ✓Accepted/Kabul:25.05.2021

DOI:10.30794/pausbed.928211

Araştırma Makalesi/ Research Article

Özyiğit, H. (2021). "Resim Sergisi mi? Resim Pazarı mı? Beyoğlu/Pera'da Son Büyük Sergi: 1903 Sergisi", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 115-138.

RESİM SERGİSİ Mİ? RESİM PAZARI MI? BEYOĞLU/PERA'DA SON BÜYÜK SERGİ: 1903 SERGİSİ

Halil ÖZYİĞİT*

Öz

Osmanlı Devleti'nde resim sanatına ilginin, 1873 yılında (Şeker) Ahmet Ali Paşa tarafından açılacak olan ilk sergiye kadar, saray duvarları içine hapsediğini söyleyebiliriz. Resim sanatına toplumsal ilginin artışına kaynaklık edecek olan bu ilk karma sergiyi 1875'te ikincisi takip eder. Ardından 1883 Mart'ında eğitim hayatına başlayan Sanayi-i Nefise Mektebi'nde yılsonu gerçekleştirilen öğrenci sergileri ile hız kazanır. 1800 yılının son 10 yılında ABC (Elifba) kulübü üyeleri tarafından açılan birkaç sergi ile hem çeşitlenir hem de resme olan ilginin artmasına neden olur. İstanbul'un yoğun olarak yabancı ve gayri Müslümlerin nüfusunu barındıran semti Beyoğlu'nun/Pera'nın entelektüelleri, 1900 yılı başından itibaren üç büyük boyutlu sergi ile harekete ciddi momentum kazandırır. 1901, 1902 ve 1903 yılında gerçekleştirilen üç sergi ile Paris'in büyük salonlarında gerçekleştirilen devasa organizasyonlara duyulan özlemin giderilmesine çalışılır. İlk iki serginin sanatseverlerin ruhunda ve gözlerinde yarattığı olumlu havanın, 1903'te gerçekleştirilen son serginin arifesinde tersine döndüğü açıktır. İlk iki sergideki güçlü ressam kadrosundan yaklaşık 20 kadar ressamın iştirak etmemesi, sergi kalitesi üzerinde onarılması güç bir iz bırakır. Daha önceden sanat dünyasında ismi duyulmamış kişilerin eserlerinin sergilenmesi yadırganır. Son iki yıldır İstanbul'un en büyük sanat etkinliği olan Beyoğlu/Pera sergilerinin üçüncüsü, "resim sergisi" kimliğinden çıkarak, "resim pazarı"na dönüştüğü eleştirisine uğrar. Bir tarafında II. Abdülhamit'in saray ressamı Fausto Zonaro ve dostları, diğer tarafta ise Leonardo De Mango, Philippe Bello ve Josep Warnia-Zarzecki olan iki grup arasında yaşandığı iddia edilen tatsız olay. Olayın yankıları sanat camiasında günden güne büyür. Dönemin Osmanlısında hatırı sayılır bir üne sahip ressamları arasında başlayan -muhtemelen geçmişi daha eski olan- derin çatlak, giderek kapanmaz bir yaraya dönüşür. Su yüzüne çıkan tüm bu sorunlar iyileşmez bir yaraya dönüşür ve 1903 Beyoğlu/Pera resim sergisi bu etkinliğin/konseptin sonuncusu olur.

Anahtar Kelimeler: *Beyoğlu, Pera, Türk Resmi, Sergiler.*

A PAINTING EXHIBITION OR A PAINTING MARKET? THE LAST GREAT EXHIBITION IN BEYOĞLU/PERA: THE EXHIBITION OF 1903

Abstract

We can say that the interest towards the art of painting had been imprisoned within the palace walls until the first exhibition was opened in 1873 by (Şeker) Ahmet Ali Pasha. This first group exhibition raised social attraction to the art of painting and was followed by a second one in 1875. With the establishment of Imperial Academy of Fine Arts (Sanayi-i Nefise Mektebi) in March 1883 and opening of year-end student exhibitions accelerated that attraction. In the last decade of 1800's, the attraction towards painting was grown and diversified with a number of exhibitions opened by ABC Club (Elifba Kulübü). Intellectuals of Beyoğlu/Pera, a district of Istanbul mainly inhabited by foreign and non-Muslim population, brought a great momentum to this movement with three great exhibitions at the first years of 1900's. Three exhibitions held in 1901, 1902 and 1903 was aimed to fulfill longing for spectacular organizations of Paris. It is clear that the positive wind created by the

*Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü, DENİZLİ.
e-posta:hozyigit@pau.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0003-3245-2581>)

first and second exhibitions in the eyes and souls of art lovers had changed at the eve of the third exhibition. Absence of about 20 painters that participated in the first and second exhibitions left a scar that was hard to reinstate on the quality of the exhibition. Exhibiting works made by artists alien to the art community was found odd. The greatest art event in Istanbul for the last two years received criticism as it turned to be a “painting market” instead of a “painting exhibition”. The echoes of rumored incident between two groups, one formed by Abdulhamid II’s court painter Fausto Zonaro and his friends and the other by Leonardo de Mango, Philippe Bello and Joseph Warnia- Zarzecki grew stronger in art community as the time passed. This fracture between respected painters of period’s Ottoman Empire, probably had roots in earlier days, expanded greatly and became a wound that will never heal. Therefore, the 1903 Beyoğlu/Pera Painting Exhibition became the last one of this kind of a conceptual event.

Keywords: *Beyoğlu, Pera, Turkish Painting, Exhibitions.*

1. GİRİŞ

Osmanlı Devleti’nde Lale Devri (1718-1730) ve sonrasında Batı ile kurulan ilişkilerin özellikle eğitim, sosyal ve kültürel hayatına önemli etkileri ve yön vericiliği olmuştur. Eğitim alanındaki yeniliklerde öncü rolü askeri mektepler üstlenir. Sosyal alandaki değişiklikler ise Tanzimat Fermanı (1839) ile gayri Müslimlere tanınan haklar olarak kabaca özetlenebilir. Sanat alanında ise batı etkili dini ve sivil mimarlık örnekleri ülkenin pek çok yerinde yükselirken, resim ve heykel gibi plastik sanatlara olan ilgi de hiç de azımsanamayacak seviyelere ulaşır. Özellikle İstanbul’a gelen yabancı ressamın fırçalarından çıkan üç boyutlu yağlı boya Oryantalist tablolar, saray ve elit tebaanın ilgi merkezine oturur. Önce yetenekli askeri okul öğrencileri arasından resim yeteneği ile öne çıkarlar, 1830 yılı başından itibaren yurt dışına eğitimi için gönderilmeye başlar. 19. yy’ın ortasından itibaren hızla artan genç resim heveslilerinin bu sanatı öğrenme talebi, evlerde verilen bireysel dersler ve özel atölyeler karşılamakta yetersiz kalır. Oluşan yüksek talebi karşılamak üzere 3 Mart 1883 tarihinde Sanayi-i Nefise Mektebi açılır. Bu mektebin yıl sonu düzenlediği mezuniyet sergilerine, açılan küçük çaplı karma ve bireysel sergiler eklenerek İstanbul’da bir sergi kültürü yaratılmaya başlanır. İşte bu kültürün vücut bulmuş hali, 1901 yılında ilki açılan ve ard arda üç kez tekrarlanan Beyoğlu/Pera sergileri olur. Resim, gravür ve mimarlık eserlerinin teşhir edildiği sergilerin üçüncüsü ve sonuncusu 1903 yılında düzenlenir.

2. 1903 BEYOĞLU/PERA SERGİSİ AÇILIYOR

İki senedir yapılması gelenek haline gelen Beyoğlu/Pera sergisinin üçüncüsünün Cadde-i Kebir (Grand Rue de Pera’da/Günümüz İstiklal) (Foto.1) açılacağına dair haberler çıktığında, serginin açılmasına sayılı günler kalmıştır. 22 Nisan 1903 tarihli gazete haberine göre, sergi Beyoğlu’nda 417 numaralı apartmanda (Foto.2) 24 Nisan-25 Mayıs 1903 tarihleri arasında açık kalacaktır. Çarşamba günlerinin sadece kadınlara ayrıldığı sergiyi, diğer günler 10.00-17.00 saatleri arasında tüm sanatseverler ziyaret edebilecektir (Anonim, “Resim ve Heykeltıraşlık Sergisi”, (9 Nisan 1319/22 Nisan 1903). *İkdam*). İleriki günlerde çıkan haberde, serginin kapanmasına yakın gösterilen yoğun ilgi gerekçe gösterilerek hem ziyaret saatlerinde esnemeye gidilir hem de serginin kapanışı bir gün öne çekilir. Daha önceden 25 Mayıs’ta kapanacağı bilgisi paylaşılan serginin 24 Mayıs Pazar günün kapanacağı duyurulur. 10.00-17.00 saatleri arasında ziyarete açık olan salonlar, serginin kapanmasına dört gün kala, 08.00-18.00 saatleri arasını kapsayacak şekilde genişletilir. Ayrıca sergiden eser satın alanlara, eserin bir sonraki pazartesi teslim edileceği¹; satılmayan eserlerin ise aynı süre içinde eser sahipleri tarafından sergi salonlarından alınması gerektiği vurgusu gazete aracılığı ile ilgililere duyurulur (Anonim, “Resim Sergisi”, (27 Nisan 1319/10 Mayıs 1903). *İkdam*).

1902 sergisinin yarattığı büyü bütün ihtişamıyla hâlâ İstanbul semalarını kaplarken 1903 yılında ikincisi gerçekleştirilir. 1903 sergisi beraberinde birtakım soruları da getirir. Bu sorulardan iki tanesi öne çıkar. İlki, 1903 sergisi bir önceki serginin gölgesinde mi kalmıştır? 1902 sergisine katılan (Şeker) Ahmet Ali Paşa, Osman Hamdi, Heykeltıraş Oskan Efendi, payitaht ressamı Fausto Zonaro gibi isimlerin olmaması, 1903 sergisinin başarısını etkilemiş olmalıdır. İkincisi ise, 21 sanatçının iştirak etmediği 1903 sergisine karşı bir protesto mu söz konusudur? İkinci sorunun cevabı her iki serginin kataloğuna baktığımız zaman kendiliğinden cevaplanmaktadır. 1902 sergisinde ismine rastladığımız, (Şeker) Ahmet Ali Paşa, Osman Hamdi, Halid Naci, Mesrur İzzet Ebu Şeneb ve Ahmed Rifat gibi Türk ressamın yanı sıra, yabancı ve gayrimüslim Osmanlı tebaasından, Nicolaos Alectorides, Madmazel Noarte Aslan, Madam A. Copello De Lorme, Roberto Copello, Thalia Floras, E. De Forcade, Paul Giese,

¹ Sergi 24 Mayıs Pazar günü kapanacaktır. Satılan eserler ise serginin kapanışı takip eden ilk pazartesi sahiplerine teslim edilecektir. Satılan eserler sergi müddetince teşhirde kalmaktadır.

Hilda Guarracino, Georges Lemare, Oskan Efendi, Hellé Patriano, Virginie Stolzenberg, J. C. Vasmagidis, Fausto Zonaro, Lina Gabuzzi ve B. Zanotti'nin sergiye iştirak etmemesi açık bir protesto gibi durmaktadır.

1903 Beyoğlu/Pera sergisine dair en kapsamlı yazı Malumat Gazetesi'nin 388. sayısında (Foto.3) Celal Esad (Arseven) tarafından "Celal bin Esad" imzası ile kaleme alınır. Yazı hem resim sergisi öncesi güncel sanat ortamını hem de sergideki yapıtları analiz etmektedir. Bu bağlamda öncelikli konu, bir önceki sergiye katılan pek çok nitelikli ressamın sergiye iştirak etmemesidir. 1902 yılı sergisine katılıp da 1903 sergisine katılmayan bu sanatçıların protest tavrına iki neden gösterilir. Bunlardan ilki; acemice yapılmış resimlerin sergideki varlığıdır. Bunun müsebbibi olarak ise Avrupa'daki gibi bir "sergi jürisinin" tesis edilmemiş olması gösterilmektedir. İkinci olarak ise, sergi kültürünün gelişmesine ve toplumda yer edinmesine en önemli katkıyı verecek olan yazarların, sanatçıları "tenkit" girişimlerinden uzak durmaları gösterilir. Yazarların, özellikle sergileri teşvik etmek kaygısı ile eserlerdeki eksikleri göz ardı etmeleri, en azında dillerini yumuşatmaları, ressamın sanatlarını ilerletmek yerine yerinde saymalarına, hatta geri gitmelerine neden olduğu savlanmaktadır. Sanatçılara, "eleştirmenlerin teşhire teşvik etmek kaygısı taşımalarının, eserlerdeki eksiklikleri görmedikleri anlamına gelmediği" uyarısı yapılır. Eleştiriler karşısında ise ressamın ümidinin kırılmaması gerektiğini özetleyen şu cümleler önemlidir:



Foto. 1: Beyoğlu/Pera, Cadde-i Kebir/Grand Rue de Pera (İBB Atatürk Kitaplığı)



Foto. 2: Beyoğlu/Pera, Cadde-i Kebir/Grand Rue de Pera Numara 417 (Plan D'alignement de la Grande Rue de Pera, İstanbul: Dâire-i Hendesehâne, 1276 (R. 1860-61 H. 1859-60)



Foto. 3: Malumat'ın 388. Sayı Kapağı

“Cesaretleri kırılmasın. Fakat çalışsınlar. Hem de ciddi bir surette çalışsınlar ki esaslı bir tenkide başlamak zamanı gelinceye kadar kendi eserleri de tenkitten azade ve kendileri de imtihan-ı eser teşhirine muktedir olacak bir dereceyi kazansınlar” (Celal bin Esad, 1903: 3479).

Büyük umutlar bağlanan 1903 sergisi, beklentileri tam olarak karşılamakta geri kalmıştır. Özellikle sergide yer almayan 21 sanatçının yokluğu serginin kalitesini etkilemiştir. Bu sanatçıların katılmamasının temel nedeni olarak *“acemi eserler”* arasında kendi eserlerinin bulunmasını istememişlerdir. Bazı sanatçılar mevzuyu biraz daha ileri götürerek, 1903 sergisini *“resim sergisi değil, resim pazarı”* şeklinde tanımlamışlardır. Hatta bu sergiye katılmanın, sanatçının kalitesinin yükseltmek yerine düşüreceğini sebep gösterenler dahi olmuştur (Celal bin Esad, 1903: 3479-80). Yine de sanatçılar memlekete hizmet etmeyi düşünüyorsa, sergiye iştirak etmeleri gerektiği ifade edilmektedir. Hatta teşhire katılmamanın masum bir tavır olarak görülemeyeceği ve Halil Paşa'nın bu konuda örnek alınması gerektiği şu sözler ile ifade edilmektedir:

“Her Osmanlı ressamı ister teşhir-i asara cesareti olmayacak kadar acemi, isterse Paris sergilerinde eser sergileyecek kadar muktedir olsun. Memlekete hizmet uğrunda eserlerini teşhirden alıkoymamalıdır...Ecnebi ressamlar iştirak edip etmemekte serbest oldukları halde, onlar tarafından daha büyük şevk ve ilgi gösterilmesine rağmen, eserleri bütün İstanbul halkınca kemal-i takdir ile seyir ve temaşa edilecek birçok Osmanlı ressamlarının eser teşhir etmemeleri hiçbir vecihle nazar-ı müsamaha ile görülecek husustan değildir.

Bizce hakikaten bir medar-ı iftihar addedilen ve kendi iktidar-ı ressamanesini Avrupa ressamlarına bile tanıttırılmış olan Miralay izzetli Halil Beyefendi Paris sergilerinde resim teşhir edebilmek şerefine mazhar olmasına rağmen, kendisinden daha pek çok seneler ders almaya muhtaç bulunan ve hiçbir zaman kendi derecesine yetişmeye elverişli istidada haiz olmayan acemiler kadar naz göstermemiş, kendi memleketinin şeref ve kadri namına olan böyle bir hizmete memnuniyetle iştirak etmiştir. İşte bu memleketini seven, burada yaşayan her ressam böyle olmalıdır” (Celal bin Esad, 1903: 3480).

Bir ülkenin ilerlemesi için okullara ne kadar ihtiyaç varsa, güzel sanatlar sergilerine de o derece ihtiyaç olduğu vurgulanan bir başka yaklaşımdır. 1900 yılı başında güzel sanatlar alanında ilerlemenin mektepleşme ile bir tutulması ve ülke gelişmişliği ile ilişkilendirilmesi son derece önemlidir (Celal bin Esad, 1903: 3478).

Türk ressamlarının ezelden beridir sorunu olan *“mesleklerini maddi sıkıntı olmadan, özgürce ifa edebilmeleri”* yeniden gündemdir. Ressamların kendi meslekleri ile kazanç elde etmelerinin zorluğuna dikkat çekilmektedir.

Sanatçıların resim sanatında ilerlemek için ressamlığı kendilerine meslek edinmesi gerekliliğine vurgu yapılır. Pek az sanatçının ise bütün vaktini resme ayıracak kadar varlıklı olduğu, çoğunun ise maaş alabileceği bir mesleği icra etmek zorunda oldukları belirtilmektedir. Ressamlarımızın çok azının bu şansa sahip olduğundan hareketle; “resim koleksiyonculuğunun” yayılması durumunda ressamlarımız için maddi açıdan daha iyi bir ortamın var olacağını öngörülmektedir (Celal bin Esad, 1903: 3480).

1903 Beyoğlu/Pera sergisi sırasında, nü resimlerin, eleştirinin merkezine alınarak, ahlak üzerinden bir irdelemeye gidildiğini görmekteyiz. Güzel sanatlar adına yayınlanan pek çok tablonun, ahlak bozacak derecede açık yapılması tenkit edilir. Avrupa'nın medeniyetinin güzel sanatlar adı altında dünyanın dört bir yanına dağıttığı çıplak resimler ile bir ahlak çöküntüsüne yol açtığı vurgulanır. Bazı ressamların nü etüt edilmedikçe tam anlamıyla bir ressam olunamayacağı yaklaşımına bir karşı duruş söz konusudur. Hatta bu durumun ressamlığın sonunu getirebileceği yaklaşımı öne sürülür. Bu türden resimler yapılması için teşvikte bulunan müşteriler de en az ressamlar kadar suçlu görülür. Daha fazla tetkik ve mütalaa ahlak bilimcilerine bırakılmakla birlikte, resimlerde ahlak ve mana güzelliği birleştirilirse büyük ve kıymetli eserlerin ortaya çıkacağı savlanır (Celal bin Esad, 1903: 3478).

Sanatçılara manzara resimleriyle sınırlı kalan çalışma konularını farklı konularla zenginleştirmeleri salık verilmektedir. Seyyahların satın almasına kalmış ve basit fırça darbeleri ile üretilmiş memleket manzaraları yerine, kompozisyonlara yönelmeleri istenir. Özellikle manzara resimlerinin bazılarında bariz şekilde hissedilen fotokopyacı/fotoğrafik etkiden kaçınarak, ressamlık hissi ile resmedilmiş manzaralar çalışmaları önerilir (Celal bin Esad, 1903: 3481-3482).

Bu bağlamda fotoğraf ile resim arasındaki fark şu şekilde izah edilmektedir:

“Resim ile iştiğal etmeyenlere fotoğraflar ile resim levhası arasındaki farkı anlatmak güçtür. Hatta sergideki bazı eserlerin bile fotoğrafı andırır surette yapılmış olması, ressamlar içinde bile fotoğraf ile resim levhası arasındaki farkı ayırt edemeyenler olduğunu gösteriyor. Sırası gelmişken bir iki söz söyleyelim. Herkes bilmelidir ki ressamlık bir mevki veya manzaranın hatırası olmak üzere o mevkiinin resmini yapmak demek olmayıp belki tabiatın o mevkide tecelli eden güzelliğini kendi ressamlık hissine göre telakki ve hatta oraya benzemesini gözetmeyip icap eden kısımları çıkarma ve bazen kısımları ilave ederek kendi zekâ ve hissi nispetinde tabiatdaki güzelliği tercüme etmek demektir. Bir mevkiinin fotoğrafı ile ressam tarafından yapılmış bir levha arasındaki fark, biri o mevkiinin her bir noktasına ve hatta çirkin yerlerine kadar tarifi, diğeri ise o mevkiinin güzelliğine, vasfına dair inşa edilmiş bir şiir arasındaki farka müşabihdir (benzer)...

İşte bu sebeptendir ki ressam her zaman tesadüf edilemeyen bedi-i tabiatı tüfeği omzunda av arayan avcı gibi kutusu, şemsiyesi, iskemlesi elinde dolaşarak arar... Yoksa öyle gelişigüzel bir saatte herhangi bir manzara olursa olsun karşısına geçilip de resmi yapılacak olursa bir güzellik eseri elde edilmiş olmaz. Belki oranın sadece resmi yapılmış olur” (Celal bin Esad, 1903: 3482-3483).

Türk ressamlarının tabiatın çalışma tekniklerine de bir eleştiri getirilmektedir. Peyzaj ressamları için tabiatın çalışmalarına olanak sağlayan çok az bir süre vardır. Ressamlar bu sürede tabiat karşısında aldıkları notları ve krokileri atölyelerinde tamamlarlar. Oysa bizim ressamlarımız, genelde o manzaranın fotoğrafına bakarak ya da çalıştıkları manzara karşısında başlayıp orada bitirerek tablolarını gerçekleştirmektedirler. Böyle çalışılarak üretilen eserlerin ne fotoğraf ne de resim olarak tanımlanamayacağı, bu nedenle ressamlarımızın eserlerini fotoğrafa benzetme çabalarından kaçınmaları istenir. Fotokopyacı/fotoğrafik çalışmaları yapanların çoğunun maalesef Sanayi-i Nefise Mektebi mezunlarının olması üzüntü ile karşılanmaktadır. Bu tarz çalışmalar, resim sanatında ilerlemenin önünde büyük engel olarak görülmekte ve bu hataya düşen ressamlarımıza Halil Paşa'nın resimlerini incelemeleri tavsiye edilmektedir (Celal bin Esad, 1903: 3484).

1903 yılında Beyoğlu/Pera'da açılan sergiye katılan sanatçı ve eserlerinin isimlerinin yer aldığı bir katalog hazırlanır (Foto.4-5). Katalog metni hem Fransızca hem de Osmanlıca basılır. Katalogun Fransızca kısmında birkaç sanatçının yapıtlarında sıra numarası hatası yapılmakla birlikte, toplam 284 eserin ismi kayıtlıdır. Katalogda eserler “resim”, “gravür ve sanatsal nakış (eser-i hakkakiye ve sanatkarane ipek işleme)” ve “mimarî” olmak üzere üç ana

başlıkta toplanmıştır. “Resim” kısmında 26 sanatçı tarafından 191 eser; “gravür ve sanatsal nakış” kısmında 5’i sanatçı birisi ticarethane olmak üzere 38 eser; “mimarî” kısmında ise 4 sanatçı tarafından 55 eser sergilenir. Bu verilere göre, birisi ticarethane² olmak üzere toplam 36 sanatçı³ 284 eser ile sergiye katılmıştır.

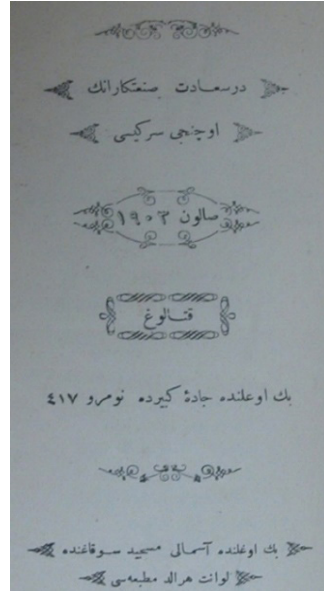


Foto. 4: 1903 Sergisinin Fransızca Kısmının Kapağı Foto. 5: 1903 Sergisinin Osmanlıca Kısmının Kapağı

Beyoğlu’nda Cadde-i Kebir (Grand Rue de Pera/İstiklal Caddesi) 417 numarada açılacağı duyurulan sergiye katılan sanatçılar ve eser sayıları şu şekildedir:

Resim Kısmında; Ömer Adil Bey (15), Ahmed Münib Bey (11), (Kaptan) Ahmed Ziya Bey (11), Vincent (Viçen) Arslanyan (4), Anna Aslan (1), Philippe Bello (24), Maksimilyan Bertozzi (9), Şevket Dağ (7), Şevki Bey (4), (Mösyö) De Belabre (3), Leonardo De Mango (16), (Madam) R. Des Gozis (2), George Grammadanis (5), (Miralay) Halil Bey (Halil Paşa) (23), Hamdi Kenan Bey (1), İzzet Bey (1), Tepedelenizade Kamil Bey (7), (Madmazel) Labella (2), Ohannes Miasser (3), Rifat Bey (14), Rıza Raşid Bey (3), Said Bey (3), Lorenzo Valeri (2), Salvator Valeri (3), (Mösyö) H. Waldorp⁴ (4), Joseph Warnia-Zarzecki (13).

Gravür ve sanatsal nakış (eser-i hakkakiye ve sanatkarane ipek işleme) kısmında; Madam ve Kont V. Compte Calix⁵ (2), Armenak Kolancıyan⁶ (9), Marie de Montagnani Ricci⁷ (2), Midhad Rebi Bey (11), Kirkor Utudjian/Ütücüyan (10), Singer Ticarethanesi (4).

Mimarî kısmında; Philippe Bello (4), Patrocle Campanaki (45), Giulio Mongeri (5), Lorenzo Valeri (1).

3. 1903 BEYOĞLU/PERA SERGİSİNDEKİ ESERLERE DAİR ELEŞTİRİLER

3.1 Resim Kısmı

Ömer Adil Bey’in kendi atölyesi içinde, modelin gelişigüzel bir duruşunu gösteren “Resimhanede” (Foto.6) isimli eserin güzel bulunmaktadır. Ressamın “Akşamüzeri Çardakta” ve “Genç Kız Korulukta Gezinirken” tablolarını ise ressam zekâsının yansımaları olarak değerlendirilmektedir (Celal bin Esad, 1903: 3486).

² Singer Ticarethanesi sergiye 4 yapıtla katılmıştır. Ticarethane tek isim olarak sayılmıştır.

³ Lorenzo Valeri hem resim hem de mimari kısmında eser sergilemiştir. Bu isim tek olarak sayılmıştır.

⁴ Osmanlıca kısmında “Mösyö S. Waldorp” şeklindedir.

⁵ Serginin Fransızca kataloğunda “Calix (La Comtesse V.)” şeklinde olan sanatçının isminin üzeri çizilerek, el yazısı ile “M^{re}: V. Compte Calix” yazılmıştır. Kataloğun Osmanlıca kısmında “Kont Kaliks, Kontes Kaliks”; Malumat Gazetesi’ndeki makalenin sonunda yer alan katalogta ise “Madam ve Kont Kaliks” şeklinde yazılmıştır. İki ayrı isim olarak sanatçı sayısına eklenmiştir.

⁶ Kataloğun Fransızcasında Colamjan Armenak şeklindedir.

⁷ Kataloğun Osmanlıcasında (Madam) Mari Muntanyariçi şeklindedir.



Foto. 6: (Ömer) Adil Bey, "Resimhanede"
(Malumat Gazetesi)



Foto. 7: Joseph Warnia-Zarzecki, "Sükût" (Malumat
Gazetesi)

Joseph Warnia-Zarzecki (1850-?) Polonya'dan Fransa'ya göç eden bir ailenin çocuğu olarak Nantes kentinde doğar. Varşova Sanat Okulu'nda Wojciech Gerson (1831-1901) ile başlayan sanat hayatını Münih Akademisi'nden Hermann Anschütz (1802-1880), Ferdinand Barth (1842-1892) ve Alexander Maximilian Seitz (1811-1888) gibi janr resmin (genre painting) önemli isimlerinden, gerçekliğin değerini ve renklerin gücünü öğrenerek mezun olur. Warnia-Zarzecki, çalışmalarını tamamladıktan sonra on yıl boyunca Bavyera'da kalır. Karl von Piloty (1826-1886), Ludwig Knaus (1829-1910) ve Franz von Defregger (1835-1921) gibi Alman Realist ustaların sanatından etkilenerek, resmin yalnızca duyuma dayandığına ikna olur. Tamamen idealizmin hakimiyetinde, sabırla duygulara nasıl somut bir biçim verileceğinin sırrını keşfetmeye çalışır. Etkileyici hayal gücünün tamamen hâkim olduğu fırçasından nihayet emin olunca Avrupa gezisine çıkar. Sanatçı Viyana ve Bükreş'te bir süre kaldıktan sonra 1883'te İstanbul'a gelir. Aynı yıl Sanayi-i Nefise Mektebi karakalem hocası olur (Thalasso, 1910: 56). Doğayı gerçek yaşamla birleştirme idealizminin peşine düşerek geldiği İstanbul'da, kalıcı bir ikamet için her şeyi bulur. Warnia-Zarzecki, diğer oryantalist ressamardan farklı olarak sanatta yalnızca duygu ifadesini görür ve resimlerinde motifleri bu bakış açısıyla şekillendirir. Duyguyu ifade eden bir jest veya hareketi yeniden üretirken somut, fiziksel bir form haline getirir. Figürleri bazen neşeyi, bazen acıyı ve bazen de çaresizliği temsil eder. Sanatçının resimlerinde gökyüzü, çiçek kokulu gölgeler, havanın parlaklığı, mavi sular ve altın rengi ufuk somut olan neşeyi temsil eder. Renk senfonisi ile doğanın mutluluğunu yansıtır ve insanların somut sevinci için bir çerçeve oluşturur (Thalasso, 1910: 59).

Joseph Warnia-Zarzecki'nin tek figürlü yapıtları arasında, parmağını dudağına götürerek "sus" işareti yapan bir kadının betimlendiği "Sükût"⁸ (Foto.7) beğenilir. Warnia-Zarzecki'nin sergideki resimleri ile ilgili olarak anlam olarak zengin olmamakla birlikte, terkip/düzen açısından önemli bir resim tarzına sahip olduğu kabul edilmektedir. Özellikle figürlerin yüzlerindeki ifadenin aktarılmasındaki başarısına dikkat çekilmektedir. Lakin tek figürlü resimler yerine, hepsinin bir araya getirilerek daha kuvvetli bir kompozisyona dönüştürmesi önerilmektedir (Celal bin Esad, 1903: 3486).

Doğanın sırlarını her gün yeniden dinleyerek yeteneği ve sanatı ile birleştiren Halil Paşa'nın (1857-1939) eserleri giderek (kendi eserleri arasında daha az mükemmel hale gelirken) gerçekte mükemmelliğe yaklaşıyorlar. Eskiz üstüne eskiz, resim üstüne resim yaparak sanatsal becerisinin yavaş yavaş biriktiren sanatçı, asla tereddüt

⁸ Eser, katalogda 187 sıra numarası ile kayıtlıdır.

etmeden yürüdüğü bu yolda nihai hedefine ulaşacaktır (Thalasso, 1910: 38). Yorulmak bilmeyen bu usta, İstanbul sanat hayatının önemli isimleri arasında gelmektedir. Resimlerinde sahneleri çerçevelemek için bir iç mekân kullanan Osman Hamdi Bey'in aksine, Halil Paşa, birkaç istisna dışında, büyük dış mekanları seçer. Gözlemin önemli ürünleri olan manzara ve deniz resimlerine bakıldığında, Paris'te uzun yıllar edindiği bilgi birikimiyle karakteristik Türk doğasını ne kadar iyi sentezlediği ve yeniden üretebilme beceresine hayret etmek gerekir. Leonardo De Mango'nun yaptığı gibi, "şehrin kendisi" onu çekmez; Zonaro'yu cezbediği gibi, "İstanbul'daki koşuşturma" onu cezbetmez; sadece "dışarıdaki yaşam", "ülkesinin manzarası" ona ilham verir. Eserlerini karakterize eden budur. Halil Paşa'nın resimlerinde doğa, kendi tarzında yeniden üretilir. Kullandığı araçların sadeliğinin de katkısıyla, resimleri sessiz bir tefekkürü, yalnızca parlayan bir güneş ışınıyla aydınlatılan derin bir melankoliyi yansıtır. Özellikle sanatçının deniz resimlerinde bu sıra dışı sanatı ortaya çıkmaktadır (Thalasso, 1910: 42).

Peyzaj resminin büyük ustası Halil Paşa, ülkemizin iftihar edilecek bir ismi olarak takdim edilmekte ve birkaç fırça darbesi ile yapılmış gibi görünen "*Derede Geçit*" isimli eserinden övgü ile bahsedilmektedir. Tabiatın etkisini üzerinde taşıyan eserde, ağaçlar ile suyun vadiye verdiği serinlik adeta hissedilmektedir. Sanatçının dekoratif birer pano tarzındaki "*İlkbahar*" ve "*Kış*" eserleri takdir edilirken; "*Sahilde Çocukların Gemi Yüzdürmeleri*" (Foto.8a-8b) adlı tablosu hem kompozisyon hem de çizgiler açısından eleştirilmektedir. Ön planda yer alan taşların, süjeden daha fazla dikkat çektiğini ifade edilmektedir. "*Çengelköy'de Sahil*"i (Foto.9) gösteren tablosu, ressamın yeteneklerini taşıyan bir yapıt olarak nitelenir. Eserdeki denizin ışıltılı parlaklığı, durgun sulara özgü hafif dalgaları, yalıya vuran denizin maviliği övülür. "*Dalgalar*" isimli küçük tablosunda görülen ahenk ve "*Gebze'de*" isimli çalışmasında sıcak renklerin uyumuna dikkat çekilir. Sanatçının "*İlkbahar*" (Foto.10) isimli tablosunda yer alan, tomurcuk çiçekler, keçi yavrusu ve küçük bir çocuk figürünün birbiri ile uyumu takdir edilir. İnsanı gölgeden güneşe doğru koşturmayı iten bahar güneşi betimlemeli "*Bostancı'da Bir Dere*" yapıtı ile birlikte "*Bostancı'da Sahil*" (Foto.11), "*Göksu'da Sisli Bir Sabah*" (Foto.12), "*İlkbahar Çiçekleri*" (Foto.13) ve "*Sonbahar Sabahı*" (Foto.14) sergide beğenilen diğer Halil Paşa resimleridir (Celal bin Esad, 1903: 3487-3488).



Foto. 8a: Halil Paşa, "*Sahilde Çocukların Gemi Yüzdürmeleri*" (Malumat Gazetesi)



Foto. 8b: Halil Paşa, "Sahilde Çocukların Gemi Yüzdürmeleri" (<http://rportakal.com/En/Article.aspx?PageID=23&ArtId=1344>-Erişim: 24.05.2021)



Foto. 9: Halil Paşa, "Çengelköy'de Sahil" (Malumat Gazetesi)

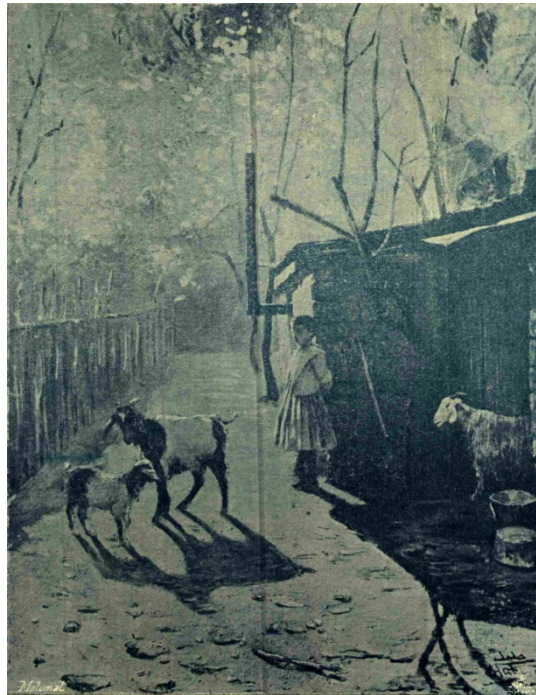


Foto. 10: Halil Paşa, "İlkbahar" (Malumat Gazetesi)



Foto. 11: Halil Paşa, "Bostancı'da Sahil" (Malumat Gazetesi)



Foto. 12: Halil Paşa, "Göksu'da Sisli Bir Sabah" (Malumat Gazetesi)



Foto. 13: Halil Paşa, "İlkbahar Çiçekleri" (Malumat Gazetesi)

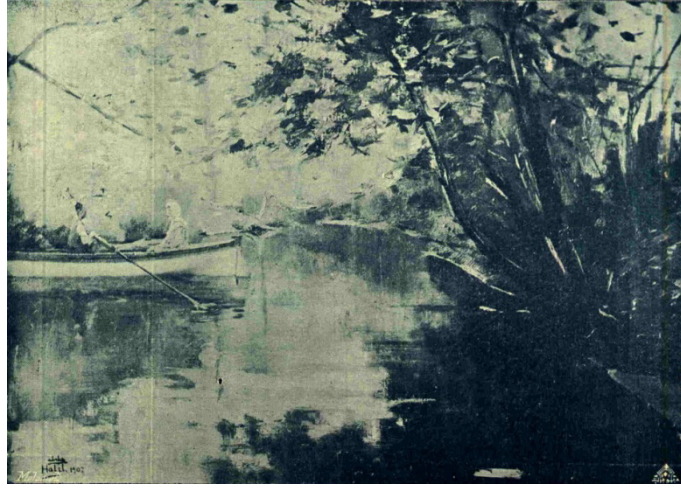


Foto. 14: Halil Paşa, "Sonbahar Sabahı" (Malumat Gazetesi)

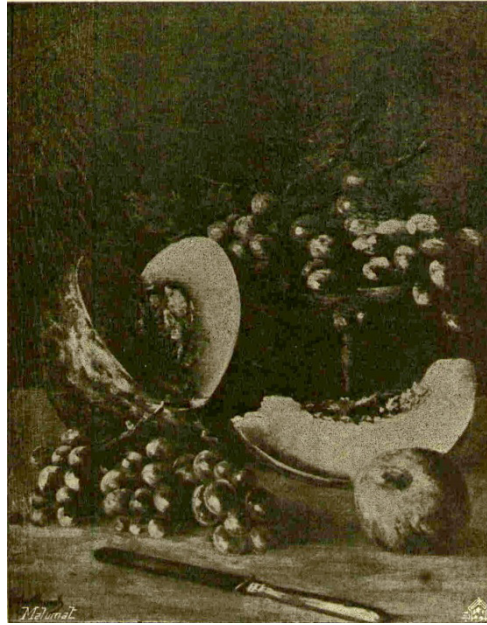


Foto. 15: İzzet Bey, "Meyve" (Malumat Gazetesi)

Sergide resimleri değerlendirilen bir başka sanatçı ise İzzet Bey'dir. Sanatçının "Meyve" (Foto.15) isimli yapıtı insanı imrendirecek kadar güzel bulunmaktadır. Türk ressamları arasında eserlerinde ışık kullanımı ile ön plana çıkan Rifat Bey'in eserleri, dikkat ve itina ile üretilmiş oldukları için değerli bulunur. Ressamın özellikle "İki Çerkez Yolcusu" adlı eserinde ayrıntıya fazlaca takılması eleştirilir. Rifat Bey'in bu eserinde esas amacının arıları öne çıkarmak olmasına rağmen, bulutları da aynı derecede ayrıntılı çalışması tenkit edilir. Tabloda, bulutların süjeden daha fazla öne çıktığı yergisi yapılır. Sanatçının aynı hataya "Süvari" isimli eserinde yer alan süvari figüründe de düştüğüne dikkat çekilmektedir. Ressamların ilerlemesinin önünde bir engel olarak duran bu ayrıntı çalışma hastalığından bir an önce kurtulmaları tavsiye edilmektedir (Celal bin Esad, 1903: 3488).

Madam Gozis'in "Madmazel X" isimli pastelindeki serbestlik ve portrenin yüzündeki doğallık beğenilir. Şevket (Dağ) Bey'in iç mekân resimleri arasında takdir edileni ise "Ayasofya Camii Dâhili" isimli (Foto.16) resmidir. Caminin son cemaat yerinin betimlendiği kompozisyonda, kapıdan içeriye süzülen ışığın varlığı başarılı bir ressam yeteneği olarak tanımlanır. Halil Paşa'nın öğrencisi olan Ahmet Münib Bey'in resimlerinde, hocasının etkileri görülmekle birlikte, "Çengelköy"⁹ (Foto.17) isimli yapıtı beğenilmektedir (Celal bin Esad, 1903: 3488).

⁹ Görseli basılan bu eserin, 1903 Beyoğlu/Pera Sergi Kataloğunda 16 numara ile kayıtlı olduğu belirtilmektedir. Katalogda 17 numarada yine "Çengelköy" isimli bir yapıtı daha yer almaktadır.

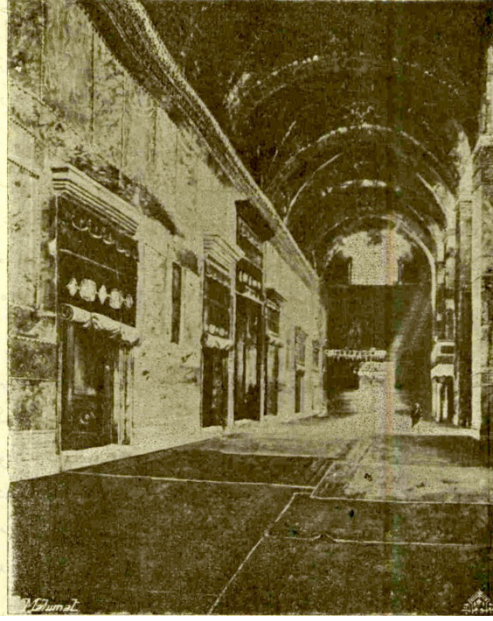


Foto. 16: Şevket Bey, "Ayasofya Camii İçi" (Malumat Gazetesi)

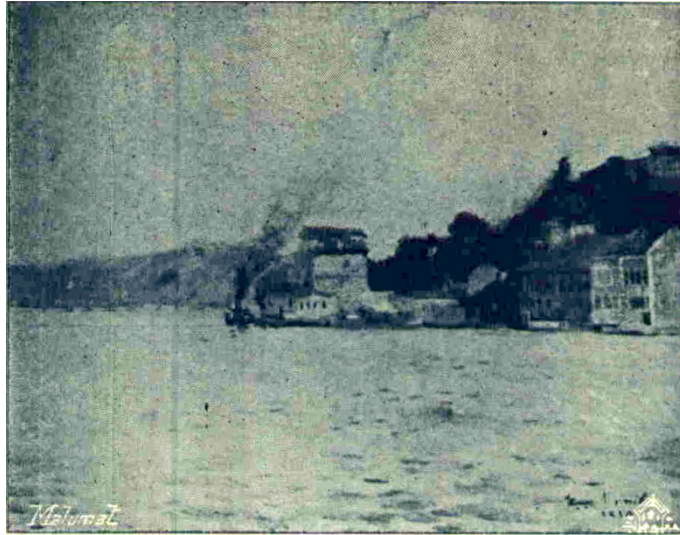


Foto. 17: Ahmet Münib Bey, "Çengelköy" (Malumat Gazetesi)

Sergiye katılan bir başka isim, Sanayi-i Nefise Mektebi'nde 1883'te başlayan resim hocalığı görevini sürdüren¹⁰ Roma Akademisi mezunu Salvatore Valeri'dir. Sanatçı aynı zamanda II. Abdülhamit'in şehzadelerine resim hocalığı da yapar. Yağlıboya ve pastelleri hayranlık uyandıran Salvatore Valeri'nin esas zirveye çıktığı eserleri, İstanbul'da fazla örneğine rastlanmayan suluboya çalışmaları olur. Sanatçı tek bir nesneye odaklanır ve psikolojik derinliklerine indiği modelini eylemlerle değil fikirleriyle yönlendirir. Bir anlamda kendini, tüm özlemleri ve istekleriyle şekillendirdiği modelinin ruhunun içine atar. Bu nedenle sanatçının resimlerinde neredeyse hiç grup görülmez ve kompozisyonlarında modelini tek başına tasvir eder. Modelinin bedeni de içindeki ruh haline göre hareket eder (Thalasso, 1910: 46). Bu o kadar aşikâr olur ki, izleyici düşünce zincirini hemen tahmin eder. Sanatçı tarafından doğrudan izleyiciye iletilen bir düşünce hareketi vardır (Thalasso, 1910: 51).

Salvatore Valeri'nin ikinci salonda sergilenen büyük boyutlu "Kervan"¹¹ (Foto.18a-18b) isimli yapıtı bir grup resmi olmakla birlikte başyapıtlarından birisi olarak değerlendirilmektedir. Menekşe mavisi, sarımsı, beyaz ve

¹⁰ 1883'te başladığı hocalık hayatını 1910 yılı itibarıyla sürdürmektedir (Thalasso, 1910: 46). Bu görevini 1915 yılına kadar yürütür.

¹¹ Eser katalogda 172 sıra numarası ve "Mısır'da Bir Kervan" ismi ile kayıtlıdır.

pembeye karışan kobalt mavisi bir gökyüzünün altında hareket eden bir kervan. Parlak güneşin altında sonsuz kum çölü üzerinde, ufka kadar uzayan kalabalık bir grup; uzun yeşil palmye ağaçlarının çatılarını gölgelediği, beyaz duvarları görünen bir şehrin ilk evlerine henüz ulaşmıştır. Siyah bir hadım alayı çekmekte, onun arkasından kabile şefi, kadınlar, savaşçılar, kabilenin diğer üyeleri onu takiptedir. Yerden kalkan tozun güneşin etkisi ile kumaşların, giysilerin, gölgelerin, silahların ve hayvanların üzerindeki oyununu izlemek gözler için bir zevktir. Bu ışık ve renk oyununda örtülü kadınlar, Arap askerleri, at sırtında her iki cinsiyetten köleler, develer ve katırlar durmaksızın hareket ederler. Tek hörgüçlü devesiyle (Hecin) ufku tarayan kabile reisinin kervanı, sanki bir lokomotifin çektiği tren katarı gibi, güneşle yıkanmış arazide belli bir sırayla hareket etmektedir (Thalasso, 1910: 55). Salvatore Valeri'nin "*Kervan*" isimli resminden, sınırları ve ayrıntılarındaki dikkatli çalışmadan dolayı övgü ile bahsedilir. Resimde mavi gökyüzünün adeta sıcaklığının hissedildiği, bu hava ile uyum içinde olsun diye diğer renklerinde sıcak olmasına dikkat edilmesi, ressamca bir duyumsama olarak yorumlanır. Şayet eserin ufka yakın kısımlarında kullanılan renkler ayırt edici olsaydı, daha başarılı olabilirdi eleştirisi getirilir (Celal bin Esad, 1903: 3488-3489).

Leonardo de Mango (1843-1930) 19 Şubat 1843'te Güney İtalya'da Adriyatik Denizi kıyısındaki Bisceglie'de doğar. Sanatçının görsel hafızası üzerinde bu sakin liman kentinin yaşam kesitlerinin etkileri yadsınamaz. Çocukluğunu köy halkı, limandaki balıkçıları, denizin sakin veya fırtınalı dalgalarını izleyerek geçirir. Zihninin arka perdesinde izlekler oluşturan bu kareler, daha sonra tuvallerinde yeniden hayat bulacaktır. 1862'de düzenlenen bir resim yarışmasında aldığı birincilik, O'na Napoli Akademisi'nde alacağı sekiz yıllık eğitimin kapılarını açar. Eğitimi tamamlayan sanatçı, ışık ve güneşe olan düşkünlüğünü tatmin etmeyen Napoli ve Venedik'i terk ederek, 1874'te önce her yerini dolaştığı Suriye'ye sonra Beyrut'a gider. Dokuz yılını geçirdiği Beyrut'ta, aynı zamanda bir Cizvit okulunda resim öğretmenliği de yapar. Bu süre boyunca portre, deniz, manzara ve dini resimler yapar. Sanatçının, Beyrut ve Şam sokaklarından enstantaneleri yansıtan resimlerinde kullandığı ışık ve gölge efektleri, ünlü oryantalist Alexandre-Gabriel Decamps (1803-1860) anımsatır. Sanatçı Afrika güneşinin etkilerini Kahire ve Trablusgarp gibi şehirlerde aramaya devam eder. De Mango'nun İstanbul'a geldiği 1883 yılı, Sanayi-i Nefise Mektebi'nin açılışına tesadüf eder (Thalasso, 1910: 66,69). Leonardo de Mango, Doğu'yu doğru anlayan ve anlatan, daha doğrusu konuşmasına izin veren ender sanatçılardan birisidir. Nesnelere içine daldığı şeffaf ve sıcak havanın en ufak bir parıltısı Leonardo De Mango fırçasından kaçamaz (Thalasso, 1910: 65). Üstadın resimlerinde manzaraya yaptığı vurgu, resmini karakterize etmektedir. Doğadaki yaşamı, insanların hayatıyla derinleştirir (Thalasso, 1910: 70).

Leonardo De Mango'nun eserleri arasında yer alan "*Fenerbahçe*", en güzel çalışması olarak takdim edilir. Sanatçının "*Şam'da Meydan Sokağı*" (Foto.19a-19b) ve "*Rihtim*" (Foto.20a-20b) isimli yapıtları beğenilen eserler arasındadır. Ahmet Ziya Bey'in "*Cağaloğlu Hamamı Dâhili*" isimli eseri, nitelikli bir ressam eseri olarak tanımlanırken; sanatçının "*Şehzadebaşı Camisi*"ni tasvir ettiği (Foto.21) yapıtı beğenilmektedir. Matmazel Labella'nın, "*Dua*" isimli portre (Foto.22) resmindeki belirsiz ve nazik tarzı takdir görür. Şevki Bey ve Rıza Reşit Bey sergide eserleri bir irdelemeye tabi tutulmamakla birlikte beğenilen sanatçılar olarak isimleri zikredilmektedir (Celal bin Esad, 1903: 3489).



Foto. 18a: Salvator Valeri, "Mısır'da Bir Kervan", (Adolphe Thalasso, Turkische Kunstst)



Foto. 18b: Salvator Valeri, "Mısır'da Bir Kervan" Africa Museum, Roma, İtalya (<https://www.gettyimages.ch/detail/nachrichtenfoto/arabian-ride-painting-by-salvatore-valeri-italy-20th-nachrichtenfoto/527774459?language=fr>, Erişim: 22.03.2021).



Foto. 19a: Leonardo De Mango, "Şam'da Meydan Sokağı" (Malumat Gazetesi)



Foto. 19b: Leonardo De Mango, "Şam'da Meydan Sokağı", 61x42 cm, Kontrplak Üzerine Yağlıboya, Artam (<https://artam.com/muzayede/284-degerli-tablolar-ve-antikalar/leonardo-de-mango-1843-1930-sokak-Erişim: 28.02.2021>)



Foto. 20a: Leonardo De Mango, "Rıhtım" (Adolphe Thalasso, Turkische Kunst)



Foto. 20b: Leonardo De Mango, “ Rıhtım” (<http://biriz.biz/osmanli/osmanliresimleri5.htm>-Erişim: 28.02.2021)

Sanayi-i Nefise Mektebi’nde yardımcı öğretmen olarak derslere giren Philippe Bello (1831-1911), sulu boyanın ustası olarak kabul edilmektedir. Mektepte, aslında sanatıyla hiç de alakası olmayan arkeoloji derslerine giren sanatçının sulu boya resmindeki yeteneği tartışılmayacak bir düzeye gelmiş ve İstanbul’da bu sanat dalında neredeyse tek isim olmuştur (Thalasso, 1910: 71). 1831 Venedik doğumlu Bello’nun göçebe bir hayatı olur. Bu serüven, yedi yıl Rusya, dört yıl Mısır’ın ardından Fransa, Almanya, Avusturya’ya ve sonunda Kırım Savaşı (1853-56) sırasında Türkiye’ye de sona erer. İlk resim derslerini, İstanbul’daki İtalyan tiyatrosunun sahibi ve yönetmeni tarafından salonu dekore ettirmek için Milano’dan çağırdığı sanatçı Merlo’dan alır. Sanatçı, bu esnada Levanten bir kadınla evlenir ve İstanbul’a yerleşir. 1900 yılı başına kadar sadece kendi sanatsal zevki için resimler yapan Bello, 1901 yılında açılan ilk Beyoğlu/Pera sergisi için arkadaşları tarafından teşvik edilir. Lakin kendinde yeterli cesareti bulamayan sanatçı önce bu daveti reddeder. Ancak içindeki dürtüye sonunda teslim olan sanatçı eserlerini sergiye gönderir. Bello’nun 1901 yılında istekli olmadan katıldığı ilk sergide elde ettiği başarı gerçekten şaşırtıcıdır (Thalasso, 1910: 72).

Philippe Bello’nun 1901 yılındaki Beyoğlu/Pera sergisinde elde ettiği başarının tesadüf olmadığı, ikinci sergide yapıtlarına gösterilen büyük ilgiden anlaşılmalıdır. 1902 yılında açılan ikinci Beyoğlu/Pera sergisinde teşhir ettiği 17 sulu boyanın 6’sının ilk gün, geri kalanlarının ise altıncı günde satılması, sanatını takdir eden bir sanatsever kitlesinin de varlığına en büyük delildir. Philippe Bello’nun, sulu boya resimler konusunda rüştünü ispat ettiği ve kendinden emin bir göz ile mükemmel fırça işçiliğini birleştirdiği ifade edilmektedir. Havayı, insanları ve nesnelere güneşle yıkayan kompozisyonların yetkin ismi olarak görülen sanatçının, 1903 sergisindeki yapıtları ile itibarını pekiştirdiği kabul edilir (Thalasso, 1910: 75). Sulu boya resimler içinde öne çıkan Philippe Bello’nun, Napoli’de bir panayırı gösteren “*Napoli’de Bir Panayırdan (Monta Virjin) Dönüş*” isimli kompozisyonu (Foto.23) özellikle tablodaki figürlerin kıyafetleri, geleneklerini göstermesi bakımından anlamlı bulunur. Sanatçının eserlerinde, sulu boyanın tabiatına uygun olarak hafiflik ve inceliğin hissedildiği belirtilir. Bello’nun “*Yağmurlu Bir Gün*” (Foto.24) ve “*Tophane’de (Karlı Bir Gün)*”ü tasvir ettiği (Foto.25) resimleri beğenilen diğer yapıtlarıdır (Celal bin Esad, 1903: 3489).

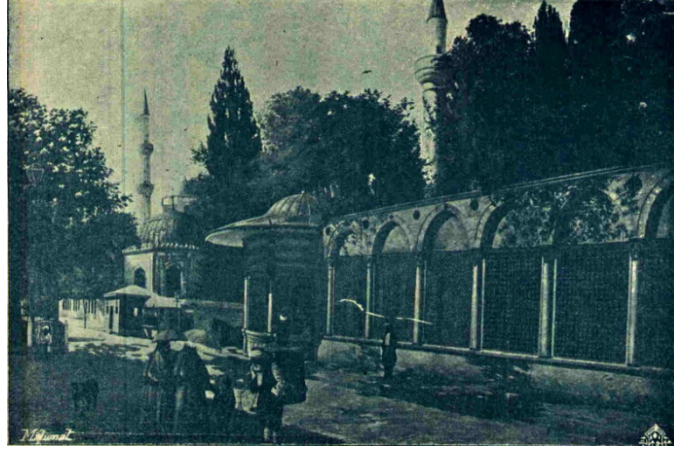


Foto. 21: Ahmet Ziya (Akbulut) Bey, “Şehzadebaşı Camisi” (Malumat Gazetesi)



Foto. 22: Labella, “Dua” (Malumat Gazetesi)

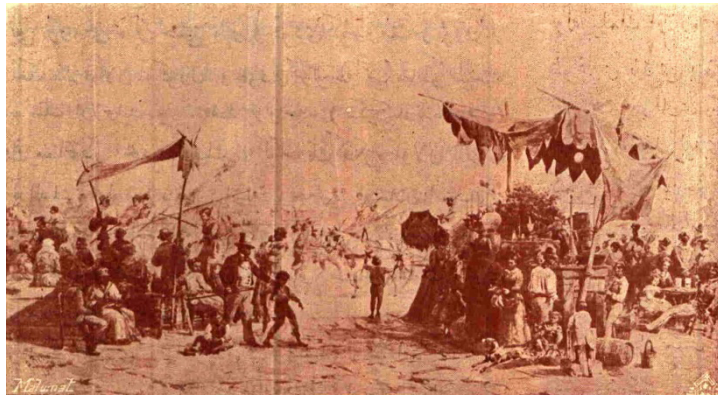


Foto. 23: Philippe Bello, “Napoli’de Bir Panayırdan (Monta Virjin) Dönüş” (Malumat Gazetesi)



Foto. 24: Philippe Bello, “Yağmurlu Bir Gün”
(Malumat Gazetesi)

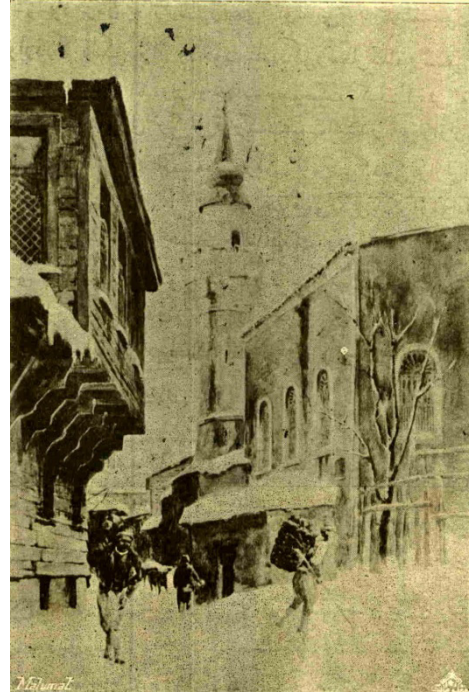


Foto. 25: Philippe Bello, “Tophane (Karlı Hava)”
(Malumat Gazetesi)

Vincent (Viçen) Arslanyan’ın “Deve” (Foto.26) isimli yapıtı diğer eserlerine üstün görülmektedir. “Yeni Camii Dâhili” tablosunu başarılı bulunmakla birlikte, “Öndeki şahsın beyaz sarığı, karşıdaki pencerelerden gelen ziyadan daha parlak yapılmıştır ki bu mübalağa resmin ahengini biraz bozuyor” eleştirisine uğrar. Ressamın çalışmalarını sürdürmesi halinde, diğer eserlerine de büyük değerler katacağı savlanmaktadır. (Celal bin Esad, 1903: 3489).

Matmazel Anna Aslan’ın karakalem “Üç Baş” isimli çalışması beğenilirken; Mösyö De Belabre’nin tabloları resimli gazetelerde yer alan resimlere benzemesinden dolayı tenkit edilmektedir. Tepedelenli Kamil Bey’in başta “Haliç’te Gece Başlarken” (Foto.27) isimli eseri olmak üzere yapıtları şairane bulunmaktadır. Ressam Said Bey ismi ile ilk defa bu sergide karşılaştığı ifade edilmekle birlikte (Celal bin Esad, 1903: 3489-3490); Hamdi Kenan Bey’in “Çamlıca Manzarası” (Foto.28) ve Ohannes Miasser’in (Ohannes Miasseryan) (19. yy sonu-20. yy başı) “Meyve”¹² (Foto.29) fotoğrafları basılan tablolar arasında yeri almıştır. Bu sanatçıların eserlerine yönelik bir değerlendirme yapılmamakla beraber bir beğeni oluşturduğu söylenebilir.

¹² 147 numaralı olan. Sanatçının üç yapıtı da “meyve” ismini taşımaktadır.



Foto. 26: Vincent Arslanyan, "Deve" (Malumat Gazetesi)

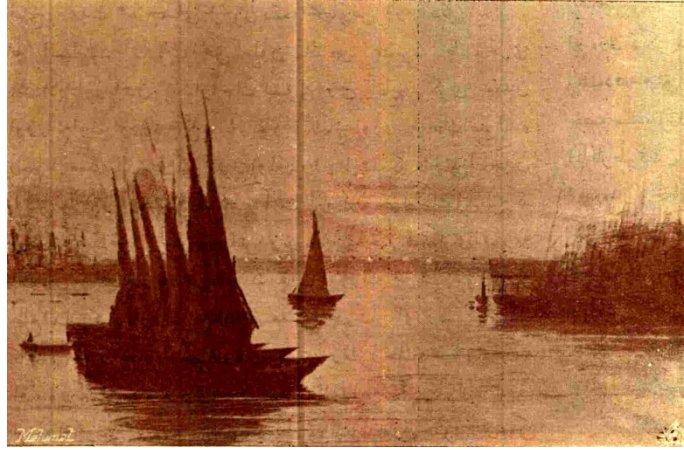


Foto. 27: Tepedelenli Kamil Bey, "Haliç'te Mübde-i Leyl (Gece Başlarken)" (Malumat Gazetesi)



Foto. 28: Hamdi Kenan Bey, "Çamlıca Manzarası"¹³ (Malumat Gazetesi)

¹³ Hamdi Kenan'ın aynı manzarayı figürsüz ve bir-iki küçük farkla yaptığı bir resmi Milli Saraylar Resim Müzesinde bulunmaktadır.



Foto. 29: Ohannes Miasser, "Meyve" (Malumat Gazetesi)

3. 2. Mimari Kısmı

Serginin mimari kısmında 4 sanatçı tarafından 55 eser teşhir edilir. Sergilenen yapıtları irdelemeye geçmeden önce mimarlar ve mimariye dair tartışmalara kısaca değinmek gerekir. Son birkaç sergide zaten az sayıda olan mimariye ait projelerin içinde Osmanlı mimarlarının isminin olmaması eleştirilir. Aslında ülkemizde nam salmış yabancı mimarlara üstünlük kuracak yerli mimarların varlığına işaret edilmektedir. Fakat anlaşılabilir bir sebepten eserlerini sergilemekten imtina etmeleri affedilmez bir hata olarak görülmektedir. Herkesin doğup büyüdüğü bu topraklarda ilim ve sanatın ilerlemesine katkı vermeye hem sorumlu hem de borçlu oldukları ifade edilmektedir. Ne yazık ki mimarlarımızın içinde buldukları üşengeçlikten kurtulamamalarında, onları teşvik edecek, maddi olarak rahatlatarak müşterilerin de katkısı olduğu savlanmaktadır. Hatta ressam ile mimarın fikirden fiiliyata dönüşen bir eser ortaya koymak için farklı miktarlarda sermayeye ihtiyaç duymalarından dolayı, resamlara göre mimarlarının işlerinin çok daha zor olduğu ve müşterilerinin himayelerine daha çok ihtiyaç duydukları tespiti yapılmaktadır. Lakin bu durumun asla para sahiplerinin mimara istediklerini yaptırma noktasında dikte edici bir davranış hakkı vermemesi gerektiği, mimarları çalışmalarında, sanatsal yaklaşımlarında serbest bırakmaları önerilmektedir. Bu hususta Celal Esad'ın tavsiyeleri önemlidir:

...Müşteri efendiler bilmelidir ki ressamlık, nakkaşlık veya kalemkârlık olmadığı gibi; mimarlıkta mühendislik veya kalfalık değildir. Bizde pek az kişi mimarın kıymet-i hakikisini düşünebilir ve pek çokları mimarlar ile kalfa arasındaki farkı ayırt edemez. Bir mimarın, bir şair veya bir ressamdan hiç farkı yoktur" (Celal bin Esad, 1903: 3490-3491).

Mimari eserler sergi salonunda Mösyö Parocle Campanaki'nin, Amerika'da inşa edilmek üzere plan ve projesini yaptığı darülfünun çizimi beğenilir. Sanatçının "Christophe Colomb için Bir Kule" (Foto.30) isimli çalışmasının fotoğrafına da yer verilir. Giulio Mongeri'nin (1873-1953) gerçek bir mimar olduğunun ispatlar nitelikte eserleri olarak "Bir Anıt Projesi" (Foto.31) ve "Han Projesi (Yeni Usul/Art Nouveau)" (Foto. 32) gösterilir.

Daha çok sulu boya resimleri ile tanınan Philippe Bello'nun "Napoli şehri için bir proje"¹⁴ isimli mimari çalışması takdir edilmesi gereken eserler arasında sayılmaktadır (Celal bin Esad, 1903: 3493).

¹⁴ Veneta İnşaat ve Müteahhit Şirketi tarafından uygulamaya konulmuştur

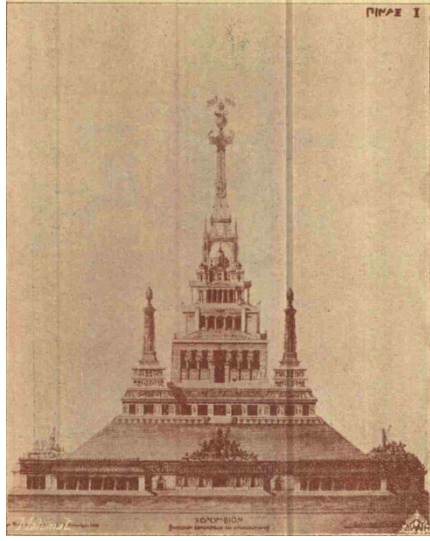


Foto. 30: Campanaki Parocle, “Christophe Colomb için Bir Kule» (Malumat Gazetesi)

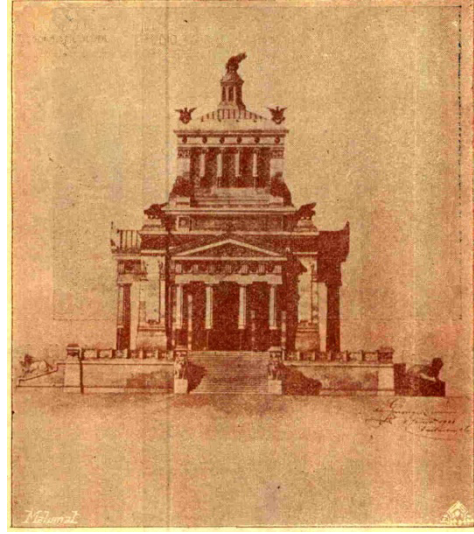


Foto. 31: Giulio Mongeri, “Bir Anıt Projesi”¹⁵ (Malumat Gazetesi)

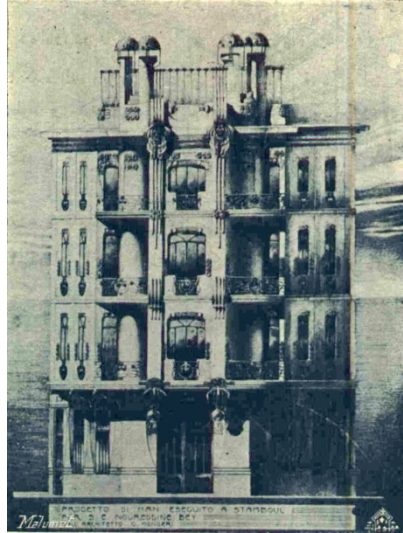


Foto.32: Giulio Mongeri, “Han Projesi (Yeni Usul/ Art Nouveau)” (Malumat Gazetesi)

3.3 Gravür/Hakk ve Sanatsal Nakış Kısmı

1903 Beyoğlu/Pera sergisinde fotoğraf makinasının icadının da etkileri ile yavaş yavaş yok olmaya başlayan Gravür/Hakk eserlere de yer verilmiştir. Bu eserleri teşhir eden iki sanatçının diğerlerine göre öne çıkmıştır. Bunlar Sanayi-i Nefise Mektebi öğrencisi Armenak Kolancıyan (19. yy sonu-20. yy başı) ve yine aynı okulun mezunlarından Mithad Rebiî'dir. Mithad Rebiî'nin hakk sanatçılığının¹⁶ yanı sıra sanat yazarlığı da meziyetleri arasında zikredilmelidir. Sanatçının henüz öğrenci iken Malumat Gazetesi'nde, Sanayi-i Nefise Mektebi'nin yılsonu yapılan “müsabaka sergileri” ile sanat tarihi ve plastik sanatları (resim, heykel ve mimari) tanıtan (Mithad Rebiî, 1898a: 793-794; Mithad Rebiî, 1898b: 809-811) yazılarına rastlamaktayız.

Matbuat camiasına uzun süredir hizmet veren ve İstanbul'un gözde hakkakları arasında gösterilen Krikor/ Kirkor¹⁷ Utudjian/Ütücüyan'ın, “Mösyö Meissonnier” (Foto.33), “Meşhur Seyyah Davilé Longston” (Foto.34), “Paul ve Virginie” eserleri (Foto.35) sergide takdir gören gravürlerdir.

¹⁵ 1903 Beyoğlu Sergisi Kataloğu'nda 280 numara ile kayıtlıdır.

¹⁶ 1898 yılında düzenlene Sanayi-i Nefise Mektebi yıl sonu sergisinde teşhir ettiği hakk eserlerinden birisi ile ikinci diğeri ile üçüncü olan Midhad Rebiî, aynı zamanda bir kıta zikr-i cemil ile ödüllendirilir (Midhad Rebiî, 1898b: 809).

¹⁷ Kataloğun Fransızcasında, “Kirkor”; Osmanlıcasında ve Celal Esad'ın makalesinin sonunda verdiği katalog kısmında “Krikor” şeklinde yazılmıştır.



Foto. 33: Kirkor Utudjian/Ütücüyan, "Mösyö Meissonnier" (Malumat Gazetesi)



Foto. 34: Kirkor Utudjian/Ütücüyan, "Meşhur Seyyah Davilé Longston" (Malumat Gazetesi)



Foto. 35: Kirkor Utudjian/Ütücüyan, "Paul ve Virginie" (Malumat Gazetesi)

4.SONUÇ

1903 Beyoğlu/Pera sergisinde teşhir edilen resimlere yönelik önceki sergilere göre eleştirel tutumun daha fazla öne çıktığını görmekteyiz. Bu eleştiriler özetle, çıplak resimler (nü) üzerinden ahlaki mi değil mi yaklaşımı; nü etütleri sanatçı olmak için elzem mi değil mi; "fotokopyacılık ile manzara resminin ayırt edilmesi gerekliliği; acemi eserler üzerinden bir resim pazarı mı yoksa resim sergisi mi sözleri; bir önceki sergiye göre iştirak etmeyen 21 sanatçının vermek istediği mesaj nedir; ressamların maaş alabilecekleri bir mesleği icra etme mecburiyetlerinin üretimlerine yansımaları gibi başlıklar altında toplanabilir.

Gönderilen eserler bir jüri süzgecinden geçirilmeden sergiye kabul edilmesi, sanatçı kalitesinin sorgulanmasına neden olur. Sergideki yapıt kalitesinin yüksek sesle sorgulanması, bazı önemli sanatçıların sergiye katılım konusunda çekince göstermelerine kaynaklık etmiş olabilir. Bir de Fausto Zonaro ile Leonardo De mango, Philippe Bello ve Josep Warnia-Zarzecki arasında yaşandığı iddia edilen olay vardır. Sergiye katılan ressamardan salon kirası ve masraflar için Zonaro, sanatçı başına 1 liradan 40 lira toplar. Sergi heyeti adına Zonaro'yu ziyaret eden De Mango, Bello ve Warnia-Zarzecki toplanan paranın sanatçının evinde değil de sergi komitesinin kasasında daha güvenli olacağını söyleyerek bu 40 lirayı isterler. Zonaro bu talebi bir terbiyesizlik olarak görür ve aralarında tartışma yaşanır. Zonaro toplanan parayı ertesi gün tek tek sanatçıları ziyaret ederek iade eder. Bu olayın sanat

camiasında duyulması üzerine Zonaro'nun öğrencileri ve birçok tanınmış ressam hoşnutsuzluklarının bir nişanesi olarak 1903 sergisine iştirak etmemişlerdir. Bu olay, Beyoğlu/Pera sergilerinin sonunun gelmesinde önemli etmenlerden birisi olmuştur (Cezar, 1995: 444; Maksume ve Öndeş: 2002:60; Sinanlar, 2008: 98). Bu bağlamda, daha önce hiçbir sergide eser teşhir etmemiş isimlerin, jüri denetimi olmadan sergiye kabul edilmiş yapıtlarının varlığı ve II. Abdülhamid'in baş ressamı Fausto Zonaro ile sergi komitesinden 3 isim arasında yaşananlar, 1903 sergisinin kalitesinin düşmesinin temel nedeni olarak savlanabilir. İlk kez 1903 sergisinde ismine rastladıklarımıza, başka sergilerde tesadüf edemememiz, sergi kalitesi ve sanatçı boykotuna haklı bir temel teşkil etmektedir.

Mimari kısmında ise sergideki mimari yapıtların değil Osmanlı tebaasından mimarlarının iştirak etmemeleri eleştirel bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır. Zeki Osmanlı mimarlarının piyasadan gerekli miktarda iş alamamaları/verilmemesi, yetenekli mimarlarımızın gelişimine engel olduğu yaklaşımı da yabana atılmaması gereken bir çıkarımdır.

Gravür, fotoğraf makinasının icadından en çok etkilenen sanat dalı olarak görülmektedir. Önceki Beyoğlu/Pera sergilerinde olduğu gibi 1903 sergisinde de sınırlı sayıda gravür çalışması ile karşılaşmaktayız. Sergideki gravür/hakk eserlerine yönelik ise olumlu ya da olumsuz bir eleştiri yapılmamıştır.

Osmanlı'da sergi kültürüne verilen destek bağlamında, 1903 Beyoğlu/Pera sergisi devam ederken yayınlanan bir haber dikkat çekicidir. Doğrudan Beyoğlu/Pera sergisi zikredilmemekle beraber, değişik şehirlerde sergilerin açılması, sergiler için komisyonların kurulmasını salık vermesi oldukça önemlidir. Ayrıca övgüler düzülen Sultan II. Abdülhamid'in sanat ve sanatçıya değer verdiği, uygun olan mahallerde sergilerin açılmasını emir ve ferman buyurduğu, altı çizilmesi gereken bir başka noktadır. Açılışına yönelik olarak bir hayli yol alındığı anlaşılan İzmir sergisi biraz daha detaylandırılmaktadır. Açılış tarihinin vilayet meclisince belirlenmesine karar verilen İzmir'deki serginin, Hamidiye Mektebi karşısındaki bahçede gerçekleştirilmesine karar verilmiştir. Sergide teşhir edilecek eşyalar için ayrı ayrı mahallerin tahsis edileceği fakat ne gibi ürünlerin sergileneyeceği, bu ürünlerin hangi zamanda gönderileceği gibi bilgilerin kurulacak komisyon tarafından kısa sürede liva merkezlerine bildirileceği ifade edilmektedir (Anonim, "Sergi Küşadı", (28 Nisan 1319/11 Mayıs 1903). *İkdam*).

1903 Beyoğlu/Pera sergisi, Osmanlı topraklarında siyasi ve ekonomik sıkıntıların baş gösterdiği 20. yy başının en önemli sanatsal etkinliğinin sonucusudur. 1903'teki Beyoğlu/Pera sergilerinin sonucusundan I. Dünya Savaşı'na (1914) uzanan süreçte gerçekleştirilen karma sergilerden Harbiye Mektebi Resim Sergisi (1908), Fransız güzel sanatlarına ait örnekler içeren Tepebaşı Sergisi (1910), Beyoğlu/Pera Semti'nde Societa Operaia Binası'nda açılan sergi (1911) ve *Şehzadebaşı'nda açılan sergi (1914)* başkent İstanbul'un kuruyan sanat topraklarına düşen ve kısa süreli yeşermelere neden olan yetersiz yağmur damlaları gibidir. Sanatın İstanbul'da yeniden yeşermesi, sergi salonlarının Türk ressamlarının muhteşem dönüşüne tanıklık edeceği yapıtlar ile renklenmesi için ilki 1916 yılında açılacak olan Galatasaray Sergilerini beklemek gerekecektir.

KAYNAKLAR

Anonim (1903). *Troisieme Exposition des Artistes de Constantinople Salon 1903. Catalogue*.

Anonim (1903). *Dersaadet Sanatkarının Üçüncü Sergisi Salon 1903 Katalogu*, Levant Herald Matbaası.

Anonim, "Resim ve Heykeltıraşlık Sergisi", (9 Nisan 1319/22 Nisan 1903). *İkdam*.

Anonim, "Resim Sergisi", (27 Nisan 1319/10 Mayıs 1903). *İkdam*.

Anonim, "Sergi Küşadı", (28 Nisan 1319/11 Mayıs 1903). *İkdam*.

Celal bin Esad (1903). "Resim Meraklılarına Bir İki Söz", *Malumat*, Sayı 388, İstanbul, s. 3478-3500.

Cezar, M. (1995). *Sanatta Batıya Açılış ve Osman Hamdi*, C. 2, Anadolu Sanat Yayınları, İstanbul.

Midhad Rebi (1898a). "Sanayi-i Nefise Mektebi ve Bu Seneki Müsabaka Sergisi", *Malumat*, Sayı 159, İstanbul, s.793-794.

Midhad Rebi (1898b). "Sanayi-i Nefise Mektebi ve Bu Seneki Müsabaka Sergisi 2", *Malumat*, Sayı 160, İstanbul, s. 809-811.

Öndeş, O. Ve Makzume, E. (2002). *Osmanlı Saray Ressamı Fausto Zonaro*, YKY Yayınları İstanbul.

Thalasso, Adolphe, (1910). *Türkische Kunst*, Otto Beckmann Verlag, Berlin.

Sinanlar, S. (2008). *Pera'da Resim Üretimi Ortamı*, İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:11.03.2021 ✓Accepted/Kabul:01.05.2021

DOI:10.30794/pausbed.895231

Araştırma Makalesi/ Research Article

Sever, H. (2021). "The Relationship between Glass Ceiling Syndrome and Organizational Silence of Female Employees in the Aviation Sector" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 139-155.

THE RELATIONSHIP BETWEEN GLASS CEILING SYNDROME AND ORGANIZATIONAL SILENCE OF FEMALE EMPLOYEES IN THE AVIATION SECTOR

Hanifi SEVER*

Abstract

Glass ceiling can be expressed as invisible career barriers that women employees face in business life. Today, obstacles faced by women in almost every sector in business life in positive achievements such as promotions and awards threaten the position and place of women in their career. In this study, the perception of glass ceiling and organizational silence of female employees were examined. Female employees in the civil aviation sector at Van Ferit Melen and Erzurum Airport were included in this study. The questionnaire and scale data were analyzed with the SPSS (ver.20) software program. According to the results of this study; there was no difference between educational status and glass ceiling syndrome of women working in the civil aviation sector, but a difference was found in terms of organizational silence. No difference was found between income level and glass ceiling and organizational silence. On the contrary, a statistical difference was found between professional seniority and glass ceiling and silence. It can be stated that the organizational silence mood of women who are faced with glass ceiling syndrome is also high.

Keywords: *Glass Ceiling Syndrome, Organizational Silence, Civil Aviation.*

HAVACILIK SEKTÖRÜNDE KADIN ÇALIŞANLARIN CAM TAVAN SENDROMU VE ÖRGÜTSEL SESSİZLİK İLİŞKİSİ

Öz

Cam tavan, kadın çalışanların iş hayatında karşılaştıkları görünmez kariyer engelleri olarak ifade edilebilir. Günümüzde kadınların hemen hemen her sektörde iş hayatında terfi, ödül gibi olumlu başarılarında karşılaştığı engeller, kadınların kariyerlerindeki konumunu ve yerini tehdit etmektedir. Bu çalışmada, kadın çalışanların cam tavan ve örgütsel sessizlik algısı incelenmiştir. Çalışmaya Van Ferit Melen ve Erzurum Havalimanında sivil havacılık sektöründe çalışan kadın çalışanlar dahil edilmiştir. Anket ve ölçek verileri SPSS (ver.20) programı ile analiz edilmiştir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre; sivil havacılık sektöründe çalışan kadınların eğitim durumları ile cam tavan sendromu arasında fark bulunmazken, örgütsel sessizlik açısından farklılık bulunmuştur. Gelir düzeyi ile cam tavan ve örgütsel sessizlik arasında fark tespit edilmemiştir. Mesleki kıdem ile cam tavan ve sessizlik arasında istatistiksel farklılık dikkati çekmektedir. Cam tavan sendromu ile karşı karşıya kalan kadınların örgütsel sessizlik duygusunun da yüksek olduğu ifade edilmektedir.

Anahtar kelimeler: *Cam Tavan Sendromu, Örgütsel Sessizlik, Sivil Havacılık.*

*PhD., Turkish National Police, Police Aviation Department, ANKARA.
e-posta: dranfisever@gmail.com (<https://orcid.org/0000-0002-9384-2498>)

1. Introduction

With the integration of women into business life, businesses started to benefit from human resources more effectively. Glass ceiling syndrome is one of the most important pandemics that women encounter in business life and have difficulty coping with. The glass ceiling is the product of a mentality that is contrary to the opportunities and opportunities offered by our age.

The motherhood role that is dominant in traditional societies and given to women has begun to change with the evolution of the social structure after the industrial revolution. Although in recent years there has been more talk of female employees, who have become stronger due to financial power, it is a fact that this situation is not at the desired level. At this point, the softened state of gender discrimination today can be expressed as the “glass ceiling syndrome” of women surrounded by invisible barriers.

2. Glass Ceiling Syndrome

Invisible obstacles preventing women from reaching top management and leadership positions are referred to as “glass ceilings”. This metaphor has been voiced in society for nearly eighty years.

Studies on glass ceiling syndrome show that this is due to women’s individual preferences, organizational perception and social approaches (Chisholm-Burns et al., 2018, Cohen et al., 2020, Faniko et al., 2017, Hausknost, 2020, Lewellyn & Muller-Kahle, 2020, Mun & Jung, 2018). These all studies refer to women are placed in the second plan for various reasons. For example, Cotter et al. (2001) stated in their study that men employees are preferred over women in terms of delegation of authority in meetings or projects that will bring high income. Another study (Eagly, 2007) states that women face difficulties that other men do not in sectors dominated by men. The most crucial statement among the studies investigating the glass ceiling syndrome is the persistent employees who engage managers with the assumption that the biggest obstacle to the professional promotion of women is that they do not have the necessary qualifications in society (Eagly & Karau, 2002, Koenig et al., 2011).

Generally, men dominated senior management positions in the historical process. While men mostly worked in jobs such as managers and heavy workers, the late integration of women into business life and their employment in assistantship, teaching, care and service sectors are an example of this process (Walby, 1990). In fact, according to the study of Hakim (1992), it is stated that men earn higher wages than women in some sectors, even if they do the same job. For this reason, the issues that have been expressed in male-dominated business life for centuries are usually masculine terms (Gaucher et al., 2011). When approached in this context, in traditional management models, women are less likely to be senior managers or to be given management power of attorney than men (Lyness & Heilman, 2006).

3. Organizational Silence

Human is the most valuable resource for organizations. In order to benefit from human resources at the maximum level, all kinds of obstacles that affect entrepreneurship must be overcome. One of these obstacles is organizational silence.

Organizational Silence is defined as “deliberate avoidance of expressing ideas, information and opinions about work” (Van Dyne et al. 2003). Organizational silence can be expressed as the deliberate concealment of their experiences, knowledge and ideas by individuals who see the flaws in operational processes, regardless of the level of the organization. When the silence that develops individually first spreads to the organization collectively, the situation of not preventing the erratic works throughout the organization develops. At this point, organizational silence started to spread to all capillaries like a poisonous tumor (Morrison & Milliken, 2000). For this reason, organizational silence is one of the most serious obstacles to possible development in the organization. In addition, it is like an avalanche that will deprive organizations of their goals and even drag organizations to destruction because “wrong is not called wrong and not intervened”.

Organizational silence has an important place for organizations that have found a field of work in the last two decades and to sustain their lives. In the studies conducted, it was understood that the employees did not express their thoughts, suggestions and ideas even in their work and project activities of the organization (Vakola & Bouradas, 2005, Maria, 2006, Milliken et al., 2003). The most important feature of silence is that when employees are collectively influenced by each other (by creating an organizational synergy), this situation becomes a climate of silence within the organization (Alparslan & Kayalar, 2012). Even though "silence" is seen as a passive behavior when considered rationally (Nakane, 2006), silence within the organization actually refers to a purposeful and often organized movement that includes caste (Scott, 1993, Pinder & Harlos, 2001).

In the organization, this situation begins to become a climate in the organization after the employees who have devoted themselves to silence for many reasons. Employees who perceive themselves or their ideas as worthless are drawn into their inner world, even if it is true. There is an increase in the number of people who know the truth in the organization but who do not speak them (Vakola & Bourdas, 2005). This silence will start to evolve towards absolute silence by normalizing in the organization over time.

Some theories should be used to explain organizational silence. In the light of these theories, the concept of silence can be better understood.

The expectation theory developed by Vroom states that an individual's behavior will emerge as a result of the interaction with the individual's personal characteristics and environmental factors.

Valence (degree of desire) is the severity of a person's willingness to reach the goal. In other words, the effort that the person is ready to spend in achieving the goal, the price he is ready to give can be expressed as the importance given to him. Expectation, on the other hand, is the severity of the belief that the particular behavior of the individual will lead him or her to the target result. Accordingly, in order to motivate a person to act, it can be calculated by multiplying the expectation that this behavior will reach the goal of the person and the degree of importance given to that goal (McMenemy & Lee, 2007).

In expectation theory, the direction of the behavior is determined by the expectation and the attraction in the result. There is a stage through succession between effort, performance, reward and personal goals (Parijat & Bagga, 2014). On the other hand, in the context of organizational silence, the individual may become silent if the employee predicts that the speeches or behaviors to be made will not have positive results or that the result will be opposite to the expectation (Çakıcı, 2007).

Cost-Benefit analysis theory is a common and effective method used by businesses and large individuals to measure or predict the results of a behavior, project, or study.

In cost-benefit analysis, businesses generally consider the total sum of the financial gain to be obtained against the work to be done. On the other hand, they also consider intangible gains (reputation, etc.) as opportunities. The formula in utility analysis is quite simple. The Cost of benefit section gives us the cost of benefits (Hussen, 2004).

In the context of organizational silence, the individual establishes a balance between his discourse and actions and the situation that will result from it. Even if it is true, it is expected that the individual who feels that he may be harmed by his discourse will prefer to be silent.

The spiral of silence communication theory was developed by Elizabeth Noella-Neumann as a mass communication theory. Accordingly, if the person's actions or statements are not expected to be accepted by the community he / she is in, he / she gives up his / her behavior due to exclusion or social punishment. However, as soon as he feels that his ideas are becoming widespread in society, he starts to defend his ideas louder (Noelle-Neumann, 1974).

a) The constancy spiral theory has four different sub-factors (Moreno-Riano, 2002, Moy et al. 2001, Willnat et al. 2002),

b) Individuals who do not compromise their opinions by going out of the spiral and who are generally excluded / in the minority are the first factor, even if they know that their own opinions and behaviors will not be accepted among the common-sense community rules.

c) The third factor is the individuals who cannot express their opinions openly or who are indecisive between the community that abides by the general-valid rules and the individuals who have contrary opinions.

d) The theory does not advocate dualism (two extremes such as opinion-contradictory idea) within itself. It focuses on the direction of the trends in the climate between social opinion and contradictory ideas and whether they show changes. This is the fourth factor.

The starting point of the spiral of silence is the fear of “social exclusion” (Noelle-Neumann, 1974). Accordingly, the individual within the organization; the spiral process is completed with the fear of exclusion from the organization, the threat of the employees to exclude and eventually the silence within the organization.

According to the *self-adaptation theory*, individuals adapt their behaviors according to the values of the existing community (Greenberg & Baron, 2003). Individuals with high self-adaptation ability and level are those who use social clues by giving good impressions and do not lose their positions even if they have different opinions. Individuals with a low level of self-adaptation tend to reflect their judgments by not being able to control their attitudes, thoughts and behaviors (Premeaux & Bedeian, 2003).

In this context, while individuals who choose silence within the organization actually worry about their own future, they endanger the whole organization. The community has adapted itself to a false success because individuals close to the administration reflect the status quo, resisting change, cumbersome, obsolete or dysfunctional order to the managers as if it works very well. Instead of talking about the future, these adapted managers boast of their past achievements. However, employees who chose silence are also unaware that they are traveling altogether on a bus that is about to be overthrown to the stockade with the managers who have adapted themselves.

When some situations leading to organizational silence are examined, it is better understood why people exhibit this behavior.

Organizational management styles, management cultures, and managers’ attitudes and behaviors clearly affect organizational silence. In some organizations, employees are prohibited from speaking on administrative and political issues (Morrison & Milliken, 2000). These prohibitions can also be offered to employees with painful prescriptions such as discipline or dismissal penalties. Employees who do not want to be faced with a negative reaction are afraid to express their opinions even if it is true because they do not trust their managers. Because they think that their speech will not bring any benefit.

Speaking is seen as risky explains the situation of not speaking within the organization for personal benefits. Because, in the event of debate within the organization or criticism, even indirectly, employees prefer silence due to facts such as the fear of isolation in the workplace, not being promoted and not being liked (Bildik, 2009).

Unwillingness of employees to share information within the workplace may be due to the fear of exclusion. It is stated that the employee who identifies and expresses the mistake in the ongoing process is often afraid of causing problems, breaking routines or being called gossip. Personnel who are afraid of exclusion cannot express their opinions frankly (Kahveci, 2010). Those who express their opinions without being afraid of being ostracized may remain silent for fear that their relations will deteriorate after a while.

Employees who want to express the disruptions they see in the workplace may believe that even if they express these problems, they will not be taken into consideration and no solutions will be produced (Morrison & Milliken, 2000). On the contrary, they believe that their colleagues or managers will not act in good faith towards them just because they speak, they will be pushed out of the promotion and reward system. (Kahveci, 2010).

Glass Ceiling Syndrome and Organizational Silence in Aviation Sector

It cannot be said that women are overrepresented in the aviation industry. Within the European Union, 40% of those working in passenger transportation and 23% of cargo transportation are women. 26% of those working in airport operations are women. In the USA, 42.9% of those working in air transportation in 2018 are women. Of the 130,000 pilots flying around the world in 2010, 3% were women. Of these 4,000 female pilots, only 450 were in captain status. (McCarthy et al., 2015). Even though the rate of female employees in passenger transportation like cabin crew has reached 40%, women are still not sufficiently represented in the aviation industry.

When the international literature is examined, it is understood that very little scientific research has been done on the glass ceiling faced by women in the aviation industry. Puckett and Hynes (2011), who investigated the perceptions of female pilots about glass ceiling syndrome using face-to-face interview method, defined the process of becoming a female pilot as “difficult” by 75% of the participants. They stated that they encountered the resistance of men in order to take part in this sector at the beginning of their careers and they became unwanted people in the profession. They stated that they felt obliged to prove themselves to be able to do this job, unlike men. On the other hand, they stated that they faced situations such as mockery, harassment, alienation, malicious comments from colleagues and passengers. They feel that the aviation industry’s attitudes and behaviors towards women leaders are often encouraging, because they have both worked in this area for years and that it is in the industry’s interest. Mentor is one of the subdimensions of glass ceiling syndrome. In this study, the female pilots always gave the names of the same people in terms of the mentor. In this context, mentoring is about personal attention, helpfulness and conscientiousness. They listed their thoughts on how to break the glass ceiling as: adequate communication skills, honesty, affection, competence and patience.

A survey was conducted with 289 employees working in Korean airlines (Choi & Yoon, 2014). In this study, the relationship between perception of glass ceiling syndrome and organizational justice and job satisfaction was investigated. According to the results of the study, female airline employees expressed that they faced the high level of glass ceiling obstacle and felt this in their in-house promotion and justice practices. Moreover, it is very important for female employees to state that their commitment to the organization decreases and job satisfaction decreases when they are not treated fairly.

In a study conducted on gender discrimination in the aviation industry in Australia, 1114 pilots were interviewed. According to the results of the research, it was stated that it is possible for female pilots who have worked in the sector for more than twenty years to reach professional positions, but female pilots cannot be in important positions due to the masculine perception (Mitchell vd., 2006).

Organizational silence is one of the most dangerous cases the aviation industry can face. Studies show that the silence in the aviation industry invites disasters (Bienefeld & Grote, 2012). Seeing the negativities experienced but staying silent for various reasons can lead to accidents. On the other hand, Cho and Koh (2010) emphasized in their research on airline workers that organizational silence positively affects organizational commitment.

The human factor that causes aviation accidents has been investigated. Despite years of CRM (Crew Resource Management) training, it has been understood that 1,751 flight crews prefer silence. When the reason for this silence was investigated, fear of harming relationships, being exposed to operational pressures or being punished emerged as important factors (Bienefeld & Grote, 2012).

In another study (Ünder and Gere, 2021), organizational silence was defined as the avoidance of voluntary reporting in the aviation industry. After a survey with 483 employees, it was understood that people voluntarily remain silent due to their personal interests.

Methodology

According to the number of employees in 2019, a total of 1052 people, 473 at Van Ferit Melen Airport and 579 at Erzurum Airport, constitute the total sample of the study. 462 female employees working at both airports were reached via shift supervisors on a voluntary basis. A total of 318 female employees participated in the study voluntarily.

The Scale of Glass Ceiling

Glass ceiling can be expressed as the confrontation of women with the obstacles we see in business life. When women encounter this invisible barrier, their professional satisfaction and satisfaction may hurt their achievement of their goals. According to Karaca (2007), developing the scale of glass ceiling scale, there are seven different sub-dimensions that women face with glass ceiling syndrome.

Undertaking Multiple Roles: Women, by nature, assume the roles of both a mother and a working woman compared to men. In this respect, while a mother raises an individual for society regardless of gender, on the other hand, life is struggling within her own profession. In addition, women who face the values attributed to them by the society may also be asked to be a good housewife according to the traditions of the society. The struggle for survival of women who undertake or undertake multiple roles occurs in different tracks.

Women's personal perceptions: In connection with assuming multiple roles, it is the fact that women partly give up in their careers because of their own will or obligation, due to the many tasks they assume in their social lives.

Organizational culture and policies: In businesses with male-dominated organizational culture or in dense patriarchal societies, women are prevented from being equally evaluated with men in business life. Organizational policy, on the other hand, is that managers or management make distinct discrimination between male and female employees altogether.

Avoiding informal networks: Communication can be expressed as special connections that are established and used to achieve a goal or purpose. As a result of the networks established in organizations, employees can learn what makes managers happy, which projects and works attract attention, and even how to come to vacant positions. Informal communication networks are invisible ties within the organization where the flow of information, news or experience is provided (Palmer & Hyman, 1993).

Mentor deficiency: Mentor can be expressed as a smart and entrepreneurial teaching or consulting model.

Occupational segregation: Horizontal and vertical distinctions can be mentioned in the divisions made within the professions. Horizontal distinction states that some professions are performed by women and some professions by men are formed by social perception. If we give an example of professional distinctions; Nursing, secretary, preschool teaching are among the professions attributed to women. In addition, heavy mechanical works, vehicle maintenance, assembly and repair, commercial driver, inspector, directorate, and jobs that require frequent travel between provinces / countries are professions attributed to men. These occupational groups may vary according to the customs, traditions or law of the societies.

Vertical distinction can be expressed as the fact that women are subjected to different attitudes and evaluations compared to men under the same job and conditions. Women in this situation have to face harsher conditions than male employees (Eyuboğlu, 1999).

Stereotypes: Stereotypes are all forms of stereotypical thinking, mental works, beliefs belonging to a social group, ossified and largely false perceptual forms (Hortaçsu, 1998). In shorter terms, it can be explained as stereotypes that are associated with gender.

The Scale of Organizational Silence

In the study, the Organizational Silence Scale developed by Çakıcı (2007) was used. It consists of 28 items in five sub-dimensions: organizational silence, managerial and organizational reasons, work-related issues, lack of experience, isolation and fear of damaging relationships.

Managerial and organizational reasons: The culture of the organization or the attitudes of the managers affect the organizational silence. The attitudes and behaviors of the employees constitute the culture of the organization. Besides, managerial approaches of managers also affect this situation.

Business matters: The reformist approaches of employees who focus on how to do the work better and with higher quality may not correspond in a horizontal or vertical hierarchy.

Lack of experience: Professional experience, aptitude for work and workplace seniority affect organizational silence.

Insulation: Individuals exposed to negative attitudes and behaviors within the organization become lonely and alienated. Therefore, the individual who is in isolation is interested in his own inner world or job instead of dealing with his environment. This reactive deafness is a self-protective approach that pushes the employee into silence.

Fear of hurting relationships: Relationships in the business environment can be damaged after the actions or statements of employees who want to express or correct the defects in the work and processes in the organization. Sometimes, discomfort may increase due to individuals who personally perceive criticism or corrections. Therefore, employees who do not want to damage their relations may prefer silence.

Hypothesis

H1: There is a statistically significant difference between the sub-dimensions of glass ceiling syndrome according to the education levels of female employees working at airport.

H2: There is a statistically significant difference between the sub-dimensions of glass ceiling syndrome according to the income of airport employees.

H3: There is a statistically significant difference between the duration of work of airport employees and the sub-dimensions of glass ceiling syndrome.

H4: There is a statistically significant difference between the sub-dimensions of organizational silence according to the education levels of airport employees.

H5: There is a statistically significant difference between the sub-dimensions of organizational silence according to the income of airport employees.

H6: There is a statistically significant difference between the working time of airport employees and the sub-dimensions of organizational silence.

H7: There is a positive statistical relationship between airport employees' perception of glass ceiling and organizational silence.

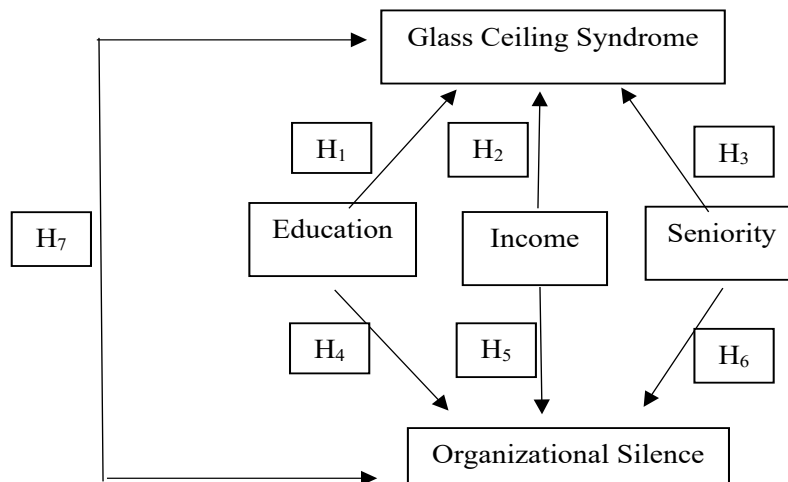


Figure 1 : Research Model

The data obtained were analyzed with the help of a statistics program, SPSS version 20.0. In the analysis of the data, the reliability and factor analysis of the scales used to measure the personality traits and burnout levels of the participants were made. In this study, Frequency / percentage analysis and ANOVA test in the distribution of demographic characteristics of the participants, Tukey HSD test for multiple comparison tests, factor analysis and reliability test, and correlation analyze were applied to test the variables.

Results

When Table-1 is examined, more than half of all female employees participating in the study are single (59.5%). It is seen that the majority of the sample has a university education (72.4%) and half of it is between the ages of 18-25 (51.8%). It was determined that almost half of the participants in the study were employees for 1-5 years, very small part (6.6%) was managers, and the majority (64.7%) had an income less than 4000 TL. The majority of the sample consists of apron officers (54.7%) and private security (24.2%) at the airport.

Table 1: Demographic factors

Gender	n	%	Marital Status	n	%
Male	-		Married	129	40.5
Female	318	100,0	Single	189	59.5
Education			Age		
High School	88	27.6	18-25 years	165	51.8
College (2 years)	165	51.8	26-35 years	118	37.1
University	63	19.8	36-45 years	26	8.1
Graduate and postdoc	2	0.8	46-55 years	8	2.5
			+55 years	1	0.5
Income			Seniority/tenure		
0-2000 TL	60	18.8	1-5 years	171	53.7
2000-4000 TL	146	45.9	6-10 years	109	34.2
4000-6000 TL	89	27.9	11-20 years	21	6.6
+6000 TL	23	7.4	21-30 years	9	2.8
			+30 years	6	2.7
Task					
Manager	21	6.6	Manager Task		
Security	77	24.2	Yes	21	6.6
Air Trffic Controller	17	5.3	No	297	93.4
AIM Officer	24	7.5			
Apron Officer	174	54.7			
ARFF Officer	5	1.7			
	318	100			

In the study, Exploratory Factor Analysis was used in the validity analysis of glass ceiling and the organizational silence scales. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) values, the significance of Bartlett test and the resulting chi-square value show that factor analysis can be used to determine the suitability of the data for factor analysis. (For GCS; KMO: 0.834; Bartlett's Test of Sphericity: $\chi^2 = 2521.479$; $p < 0.001$) (For ORS; KMO: 0.819; Bartlett's Test of Sphericity: $\chi^2 = 4789.319$; $p < 0.001$).

Table 2: Factor analysis and reliability test results

Scales	Factors	Factor loads	KMO	Barrlett Sig.	Exp. Variance	Total variance	C. Alpha
GCS	UMP	0.61-0.71	0.834	0.000	14.13	58.2	0.83
	WPP	0.54-0.70			4.10		0.81
	OCP	0.53-0.73			8.32		0.77
	AIN	0.44-0.67			9.21		0.79
	MF	0.55-0.77			11.22		0.83
	OS	0.51-0.65			4.45		0.77
	ST	0.52-0.68			7.15		0.78
ORS	MOR	0.42-0.71	0.819	0.000	15.21	53.7	0.78
	BM	0.42-0.75			12.23		0.79
	LE	0.51-0.67			8.12		0.83
	INS	0.44-0.62			4.11		0.81
	FHR	0.46-0.61			5.76		0.76

GCS: Glass Ceiling Syndrome, ORS: Organizational Silence, UMP: Undertaking multiple roles, WPP: Women’s personal perceptions, OCP: Organizational culture and policies, AIN: Avoiding informal networks, MF: Mentor deficiency, OS: Occupational segregation, ST: Stereotypes, MOR: managerial and organizational reasons, BM: business matters, LE: lack of experience, INS: insulation, FHR: fear of hurting relationships

In terms of the feature tried to be measured, the UMP dimension explains 14.13%, the WPP dimension explains 4.1%, the OCP dimension explains 8.32%, the AIN dimension explains 9.21%, the MF dimension explains 11.22%, the OS dimension explains 4.45%, and the ST dimension explains 7.15%. These three factors explain 58.5% of the total variance.

The MOR dimension explains 5.21% of the feature tried to be measured, BM dimension 12.12%, LE dimension 8.12%, INS 4.11%, and FHR dimension 5.76%. These five factors explain 45.4% of the total variance.

Considering the results of the reliability analysis of the dimensions of the GCS and ORS, it can be said that sub-dimensions have high levels of explanatory.

Table 3: GCS and ORS Differentiation of sub-dimensions according to education

GCS	ORS	Education	n	Mean		StD.		F		P	
UMP	MOR	High School	88	3.77	3.11	0.42	0.31	0.661	3.644	0.221	0.04
		College	165	3.58	3.51	0.25	0.42				
		University	65	3.91	3.64	0.45	0.33				
WPP	BM	High School	88	3.34	3.54	0.35	0.42	0.646	3.523	0.312	0.03
		College	165	3.45	3.85	0.13	0.38				
		University	65	3.13	3.64	0.57	0.42				
OCP	LE	High School	88	3.41	2.89	0.43	0.12	0.656	3.796	0.403	0.01
		College	165	3.14	3.52	0.69	0.32				
		University	65	3.44	3.11	0.37	0.45				
AIN	INS	High School	88	3.15	2.99	0.57	0.53	0.512	2.643	0.412	0.07
		College	165	3.62	3.43	0.42	0.67				
		University	65	3.41	3.54	0.55	0.59				
MF	FHR	High School	88	3.11	3.89	0.43	0.65	0.187	3.212	0.918	0.05
		College	165	3.32	3.24	0.52	0.43				
		University	65	3.88	3.10	0.46	0.55				

OS	*	High School	88	3.14	0.33	0.353	0.534
		College	165	3.51	0.23		
		University	65	3.73	0.34		
ST	*	High School	88	3.01	0.32	0.455	0.453
		College	165	3.36	0.37		
		University	65	3.21	0.49		

GCS: Glass Ceiling Syndrome, ORS: Organizational Silence, UMP: Undertaking multiple roles, WPP: Women’s personal perceptions, OCP: Organizational culture and policies, AIN: Avoiding informal networks, MF: Mentor deficiency, OS: Occupational segregation, ST: Stereotypes, MOR: managerial and organizational reasons, BM: business matters, LE: lack of experience, INS: insulation, FHR: fear of hurting relationships

The ANOVA test was conducted to determine whether the educational status caused a difference in the sub-dimensions of GCS and ORS. Since the number of master’s graduates is very low, it is included in the same category as university graduates in the calculation. As can be understood from Table 3, there is no statistically significant difference between educational status and sub-dimensions of GCS ($p > 0.05$). “**H1**: There is a statistically significant difference between the sub-dimensions of glass ceiling syndrome according to the education levels of female employees working at airport” hypothesis is rejected. On the other hand, there is a statistically significant difference between educational status and sub-dimensions of ORS ($p < 0.05$). “**H4**: There is a statistically significant difference between the sub-dimensions of organizational silence according to the education levels of airport employees” hypothesis was confirmed.

It was understood that the variances were homogeneous after the Levene test. Tukey HSD test was conducted to determine the direction of the difference in the dimensions of GCS, where a significant difference was detected according to professional seniority. The direction of this difference is that the higher the educational status, the higher the organizational silence.

Table 4: GCS and ORS Differentiation of sub-dimensions according to financial features

GCS	ORS	Salary	n	Mean	StD.	F		p			
UMP	MOR	0-2000 TL	60	3.61	3.12	0.21	0.45	0.288	0.533	0.621	0.351
		2000-4000 TL	146	3.43	3.32	0.29	0.75				
		4000-6000 TL	89	3.44	3.64	0.17	0.64				
		+6000 TL	23	3.10	3.85	0.32	0.73				
WWP	BM	0-2000 TL	60	3.11	3.21	0.24	0.33	0.664	0.452	0.235	0.423
		2000-4000 TL	146	2.81	2.99	0.27	0.46				
		4000-6000 TL	89	3.03	3.23	0.25	0.53				
		+6000 TL	23	3.31	3.86	0.28	0.55				
OCP	LE	0-2000 TL	60	3.64	3.97	0.22	0.43	0.532	0.463	0.498	0.342
		2000-4000 TL	146	3.45	3.69	0.41	0.64				
		4000-6000 TL	89	3.12	3.54	0.25	0.43				
		+6000 TL	23	3.09	3.77	0.32	0.46				
AIN	INS	0-2000 TL	60	3.12	3.65	0.29	0.36	0.440	0.513	0.401	0.455
		2000-4000 TL	146	2.90	3.96	0.22	0.59				
		4000-6000 TL	89	3.01	3.24	0.27	0.56				
		+6000 TL	23	3.22	3.64	0.31	0.46				
MF	FHR	0-2000 TL	60	3.43	3.85	0.27	0.66	0.194	0.225	0.872	0.653
		2000-4000 TL	146	3.15	3.26	0.33	0.75				
		4000-6000 TL	89	3.78	3.54	0.49	0.57				
		+6000 TL	23	3.06	3.36	0.33	0.44				

OS	*	0-2000 TL	60	3.09	0.22	0.367	0.683
		2000-4000 TL	146	2.97	0.28		
		4000-6000 TL	89	3.12	0.34		
		+6000 TL	23	3.43	0.24		
ST	*	0-2000 TL	60	3.67	0.42	0.341	0.611
		2000-4000 TL	146	3.23	0.22		
		4000-6000 TL	89	3.11	0.31		
		+6000 TL	23	3.09	0.39		

GCS: Glass Ceiling Syndrome, ORS: Organizational Silence, UMP: Undertaking multiple roles, WPP: Women's personal perceptions, OCP: Organizational culture and policies, AIN: Avoiding informal networks, MF: Mentor deficiency, OS: Occupational segregation, ST: Stereotypes, MOR: managerial and organizational reasons, BM: business matters, LE: lack of experience, INS: insulation, FHR: fear of hurting relationships

The ANOVA test was conducted to determine whether the financial status caused a difference in the sub-dimensions of GCS and ORS. As can be understood from Table 4, there is no statistically significant difference between educational status and sub-dimensions of GCS and ORS ($p > 0.05$). "**H2**: There is a statistically significant difference between the sub-dimensions of glass ceiling syndrome according to the income of airport employees" and "**H5**: There is a statistically significant difference between the sub-dimensions of organizational silence according to the income of airport employees"

Table 5: GCS and ORS Differentiation of sub-dimensions according to professional seniority

GCS	ORS	Seniority	n	Mean		StD.		F		p	
UMP	MOR	1-5 years	171	3.12	3.86	0.33	0.53	3.875	3.792	0.03	0.03
		6-10 years	109	3.33	3.67	0.36	0.35				
		11-20 years	21	3.10	3.98	0.53	0.75				
		21-30 years	9	3.17	3.66	0.48	0.44				
		+30 years	6	3.19	3.97	0.62	0.43				
WWP	BM	1-5 years	171	3.32	3.57	0.24	0.33	2.758	3.647	0.05	0.03
		6-10 years	109	3.54	3.86	0.53	0.23				
		11-20 years	21	3.28	3.80	0.62	0.42				
		21-30 years	9	3.29	3.59	0.58	0.38				
		+30 years	6	3.41	3.88	0.39	0.39				
OCP	LE	1-5 years	171	3.67	3.60	0.49	0.47	3.721	3.522	0.03	0.04
		6-10 years	109	3.89	3.70	0.45	0.66				
		11-20 years	21	3.53	3.36	0.35	0.64				
		21-30 years	9	3.14	3.74	0.58	0.40				
		+30 years	6	3.53	3.41	0.53	0.79				
AIN	INS	1-5 years	171	3.64	3.58	0.42	0.47	2.212	3.788	0.04	0.02
		6-10 years	109	3.25	3.96	0.22	0.54				
		11-20 years	21	3.01	3.85	0.64	0.53				
		21-30 years	9	3.42	3.75	0.32	0.57				
		+30 years	6	3.27	3.64	0.22	0.73				
MF	FHR	1-5 years	171	3.64	3.34	0.18	0.46	3.419	3.711	0.04	0.02
		6-10 years	109	3.25	3.59	0.45	0.46				
		11-20 years	21	3.05	3.74	0.54	0.34				
		21-30 years	9	3.02	3.63	0.23	0.11				
		+30 years	6	3.06	3.66	0.66	0.24				

OS	*	1-5 years	171	3.29	0.27	3.112	0.04
		6-10 years	109	3.32	0.48		
		11-20 years	21	2.75	0.55		
		21-30 years	9	2.89	0.85		
		+30 years	6	2.78	0.74		
ST	*	1-5 years	171	3.11	0.53	3.790	0.02
		6-10 years	109	3.64	0.34		
		11-20 years	21	3.25	0.14		
		21-30 years	9	3.28	0.63		
		+30 years	6	3.49	0.35		

GCS: Glass Ceiling Syndrome, ORS: Organizational Silence, UMP: Undertaking multiple roles, WPP: Women’s personal perceptions, OCP: Organizational culture and policies, AIN: Avoiding informal networks, MF: Mentor deficiency, OS: Occupational segregation, ST: Stereotypes, MOR: managerial and organizational reasons, BM: business matters, LE: lack of experience, INS: insulation, FHR: fear of hurting relationships

The ANOVA test was carried out to determine whether seniority caused a difference in the sub-dimensions of GCS and ORS. As can be understood from Table 5, there is a statistically significant difference between seniority and sub-dimensions of GCS and ORS. “**H3**: There is a statistically significant difference between the working time of airport employees in the profession and the sub-dimensions of glass ceiling syndrome.” and “**H6**: There is a statistically significant difference between the working time of airport employees and the sub-dimensions of organizational silence.” hypotheses have been confirmed.

It was understood that the variances were homogeneous after the Levene test. Tukey HSD test was conducted to determine the direction of the difference in the dimensions of GCS, where a significant difference was detected according to professional seniority. The high perception of glass ceiling of those with low professional seniority constitutes the direction of this difference. In terms of organizational silence, as professional seniority increases, organizational silence decreases.

When scales of GCS and ORS correlation analysis are compared, a positive significant relationship was found ($r: .621, p < 0.01$). In this context, as the level of the glass ceiling perception of the sample group increases, the organizational silence rises in the same direction. “**H7**: There is a positive statistical relationship between airport employees’ perception of glass ceiling and organizational silence.” hypothesis was confirmed after the correlation analysis.

Accordingly, we can express the following result for the hypothesis model of the study.

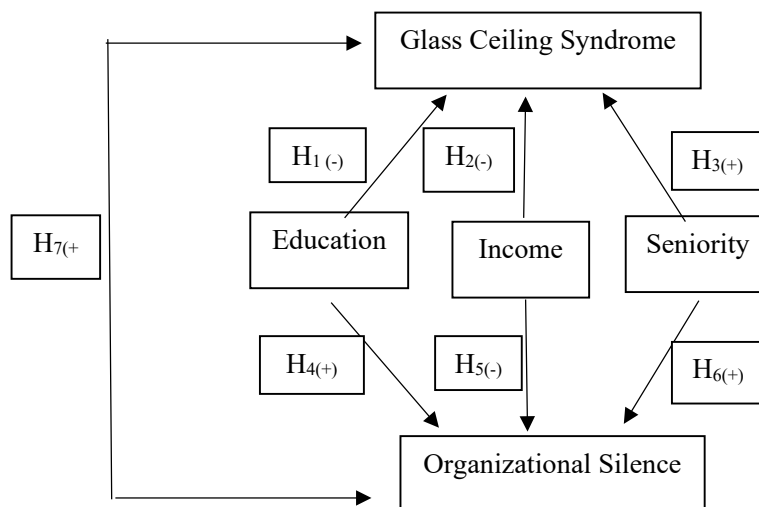


Figure 2 : Hypothesis results

Discussion

Glass ceiling can be expressed as the confrontation of women with the obstacles we see in business life. When women encounter this invisible barrier, their profession and satisfaction may hurt their achievement of their goals.

Today, it is quite difficult to say that the perception in societies has changed in general, although many countries at the national and international level put into effect legal regulations for the development of women's rights and the protection of women in business and social life.

When women encounter this invisible barrier, their profession, satisfaction and achievement of their goals can be damaged. It can be stated that women have multiple roles and status due to the social and social duties imposed on women in society other than business life. Contrary to what is believed, the lives of women who are assigned duties such as a clerk at work, a manager in a company, a teacher at school, as well as a mother at home, a person who keeps the order and order of the house, is more difficult. The most painful part of this issue is that women who encounter invisible obstacles in their business life are labeled as their "own wishes and preferences". However, the decisions taken by men without even being asked about the woman's preference are reflected as the woman's own wishes and preferences. For example, managers who have to make a choice between a man and a woman working in the same department within the scope of their short-term overseas assignment, with the judicial actions decided in mind beforehand such as "who will leave the child to whom?", "The husband will not allow this assignment" can approach. Moreover, managers who make decisions without even asking the female employee about this opportunity may even think that they are doing their employees a favor and favoring them in a positive way. On the other hand, a female employee who is unaware of what is going on, works hard and deserves to be rewarded may change her attitude and behavior towards the workplace and its managers, as she sees that the male employee who performs less than herself is rewarded.

Cultural common meeting points of the employees also constitute the culture of the enterprise. The nature of the work done or the masculine situation of the employees will constitute the first step of the difficulties that women employees who will be included in that environment may encounter.

Informal networks and mentoring are another challenge faced by female employees. Compared to employees who spend time somewhere after work and have professional and career conversations with tea at lunch breaks, for example, female employees who have to take their children from the nursery may not even be aware of the professional sensations, opportunities and the opportunities this creates.

The cultural development of societies, their approach to human rights, their legal and social approaches to men and women are an important point of resistance. Stereotypes, prejudices, exploiters, and mental idols and biased taboos in society have turned the point of view of man into an ossified false reality. These false perceptual forms are called stereotypes. For example, although women are legally prohibited from driving in one country, in another country women can even become airplane pilots. In this respect, geography is destiny for the individual born in the society. For this reason, the individual can only get rid of the vicious spiral with his efforts.

Organizational silence can be expressed as the deliberate concealment of their experiences, knowledge and ideas by individuals who see the flaws in operational processes, regardless of the level of the organization. The fear of losing their profession or becoming a target within the organization of employees who have a new idea for the business or talk about jobs that go wrong is becoming dominant. Therefore, employees who fear losing their current gains may prefer silence.

According to the results of this study, it is seen that the hypotheses about education level, glass ceiling and organizational silence are accepted as opposite. There is no difference between women's sense of glass ceiling and their educational status. In this respect, glass ceiling syndrome is not a matter familiar with education or learning, but rather a barrier that women perceive. On the other hand, organizational silence is considered to be a learned situation. According to the analysis results, the higher the education level, the higher the level of organizational silence. Managers or well-educated employees who are worried about the propaganda against them, who are undesirable in the organization or who do not like to hear them even if it is true, prefer silence.

When the income situation, glass ceiling and organizational silence were examined, the hypotheses were rejected for both. In terms of sampling, there is no difference in the amount of earnings obtained with glass ceiling and silence.

When the relationship between professional seniority and glass ceiling organizational silence was examined, a significant difference was found for both variables. The perception of glass ceiling syndrome of the people whose seniority has increased in the profession is decreasing. From this point of view, it can be interpreted that female employees who have been working in the workplace for a long time are now accepted within the organization or that women do not worry about it and internalize it because they are accustomed to the glass ceiling. It is thought that the new recruits live until they are accepted within the organization, they experience the glass ceiling more severely due to the reasons such as being treated as apprentice or being given simple jobs. In terms of organizational silence, silence decreases as professional seniority increases. The reason for this silence in these young employees may be the silence of the new hires against the injustices experienced in order to get themselves accepted, and the fear of being dismissed because of the new job. On the other hand, the fact that the newly recruited individual does not know his / her duties, authorities and rights fully may be a component of this silence. Former personnel, on the other hand, do not behave in silence due to the self-confidence gained by working in the organization for years, having a command of the subject, being an expert in their field and being able to defend their rights legally even if they lose their jobs. In this context, organizations that want to grow can achieve their goals if they give due importance to the dynamism of new employees and the mentor perspective of former employees.

According to the latest analysis results in the study, as the perception of glass ceiling increases, organizational silence increases. Women employees stuck in the invisible glass barrier do not have much of an expectation from their organizations. This situation can be examined in terms of job satisfaction and motivation tools within the scope of another study. However, the decrease in productivity of female employees who are trapped in their own world and crushed under the glass ceiling, and the belief of leading the organization to its goals may be lost.

Conclusion

Glass ceiling is one of the most important obstacles preventing women from reaching senior management and leadership positions. The duties and duties assigned to women by society may differ according to the cultural structures of the societies. It can be stated that women employees who are stuck between career and social duties have serious difficulties in shaping their professional future.

It would not be wrong to say that he could not reach the power to change the social perception despite the legal regulations regarding the protection of women's rights and business life. The most important issue that disrupts the equality of opportunity in women's careers is that their managers think for themselves and make decisions about them. Moreover, managers who think that they are doing a favor to the female employee and favoring her in a positive way while doing this may actually undermine the commitment of female employees who work hard in the organization.

Women workers, whose access to informal communication networks and mentors are more difficult than male employees, actually struggle on their own feet without receiving environmental support in business life. Stereotypes, prejudices, exploiters, and mental idols and biased taboos in society have turned the point of view of man into an ossified false reality. This situation triggers the silence in the employees. They have turned into skilled employees who do not share their own knowledge and experience, see this as unnecessary, have lost faith in the business, remained idle, produce poor quality products and services.

Even if the education level of women changes, they are aware of the discrimination against them. The level of discrimination among women employees, whose professional seniority has increased, is decreasing. With years of experience, we can talk about the existence of female employees who impose them on other employees or accept discrimination in the workplace by taking them for granted. This subject, which may be the question of another research, will shed light on other studies.

References

- Alparslan, A. M. and Kayalari M. (2012). Örgütsel Sessizlik: Sessizlik Davranışları ve Örgütsel ve Bireysel Etkileri, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(6), 136-147.
- Bienefeld, N. and Grote, G. (2012). Silence that may kill. *Aviation Psychology and Applied Human Factors*, Vol.2, 1-10.
- Bildik, B. (2009). *Liderlik Tarzları, Örgütsel Sessizlik Ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi*, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Çakıcı, A. (2007). Örgütlerde sessizlik: sessizliğin teorik temelleri ve dinamikleri. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 145-162.
- Chisholm-Burns, M. A., Spivey, C. A., Hagemann, T., and Josephson, M. A. (2017). Women in leadership and the bewildering glass ceiling. *American Journal of Health-System Pharmacy*, 74(5), 312-324.
- Cho, K. H., and Ko, H. S. (2010). Effect of cabin attendants' job stress on job satisfaction and organizational commitment and turnover intention in the airline service. *The Journal of the Korea Contents Association*, 10(7), 404-419.
- Choi, E., and Yoon, S. (2014). A study on the impact of perceived glass ceiling, organizational justice and job satisfaction among female airline employees. 4th International Conference on Tourism Research, In *Conference Proceedings (Volume II)*, Sustainable Tourism Research Cluster University Sains Malaysia Publication, 51-57.
- Cohen, J. R., Dalton, D. W., Holder-Webb, L. L., and McMillan, J. J. (2020). An analysis of glass ceiling perceptions in the accounting profession. *Journal of Business Ethics*, 164(1), 17-38.
- Cotter, D.A., Hermsen, J.M., Ovadia, S. and Vanneman, R. (2001). The glass ceiling effect. *Social Forces*, Vol. 80, Issue 2, 655-681.
- Eagly, A. H. (2007). Female leadership advantage and disadvantage: Resolving the contradictions. *Psychology of women quarterly*, 31(1), 1-12.
- Eagly, A. H. and Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573-598.
- Eyüboğlu, D. (1999). *Kadın İşgücünün Değerlendirilmesinde Yetersizlikler*, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları , Yayın No.637, Ankara.
- Faniko, K., Ellemers, N., Derks, B. and Lorenzi-Cioldi, F. (2017). Nothing changes, really: Why women who break through the glass ceiling end up reinforcing it. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 43(5), 638-651.
- Gaucher, D., Friesen, J. and Kay, A. C. (2011). Evidence that gendered wording in job advertisements exists and sustains gender inequality. *Journal of personality and social psychology*, 101(1), 109-128.
- Greenberg, J. and Baron, R.A. (2003). *Behaviour in Organisations: Understanding and Managing the Human Side of Work*, 8. Pub, Prentice Hall, Pearson Education Inc. Upper Saddle River, New Jersey, USA.
- Hakim, C. (1992). Explaining trends in occupational segregation: the measurement, causes, and consequences of the sexual division of labour. *European sociological review*, 8(2), 127-152.
- Hausknost, D. (2020). The environmental state and the glass ceiling of transformation. *Environmental Politics*, 29(1), 17-37.
- Hortaçsu, N. (1998). *Grup İçi ve Gruplar arası Süreçler*. Ankara: İmge Kitabevi
- Hussen, A. (2004). *Principles of Environmental Economics*, Routledge, Second Edition, New York.
- Kahveci, G. (2010). İlköğretim Okullarında Örgütsel Sessizlik İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiler, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Yönetimi Teftişi Planlaması Ve Ekonomisi Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Karaca, A. (2007). *Kadın yöneticilerde kariyer engelleri: cam tavan sendromu üzerine uygulamalı bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye
- Koenig, A. M., Eagly, A. H., Mitchell, A. A. and Ristikari, T. (2011). Are leader stereotypes masculine? A meta-analysis of three research paradigms. *Psychological bulletin*, 137(4), 616-642.

- Lewellyn, K. B. and Muller-Kahle, M. I. (2020). The corporate board glass ceiling: The role of empowerment and culture in shaping board gender diversity. *Journal of Business Ethics*, 165(2), 329-346.
- Lyness, K. S. and Heilman, M. E. (2006). When fit is fundamental: Performance evaluation and promotions of upper-level female and male managers. *Journal of Applied Psychology*, 91, 777-785.
- Maria, W. D.,(2006). Brother Secret, Sister Silence: Sibling Conspiracies Against Managerial Integrity, *Journal of Business Ethics*, 65(3), 219- 234,.
- McCarthy, F., Budd, L. and Ison, S. (2015). Gender on the flightdeck: Experiences of women commercial airline pilots in the UK, *Journal of Air Transport Management*, 47, 32-38.
- McMenemy, D. and Lee, S. (2007). Vroom's expectancy theory and the public library customer motivation model. *Library Review*, 56(9), 788-796.
- Milliken, F. J., Morrison, E. W. and Hewlin, P. F. (2003). An exploratory study of employee silence: Issues that employees don't communicate upward and why. *Journal of management studies*, 40(6), 1453-1476.
- Mitchell, J., Kristovics, A. and Vermeulen, L. (2006). Gender issues in aviation: Pilot perceptions and employment relations. *International Journal of Employment Studies*, 14(1), 35-59.
- Moreno-Riano, G. (2002). Experimental implications for the Spiral of Silence, *The Social Science Journal*, 39, 65-81.
- Morrison, E. W. and Milliken, F. J., (2000). Organizational Silence: A Barrier To Change And Development in A Pluralistic, *The Academy Of Management Review*, 25(4), 706-725.
- Moy, P., Domke, D. and Stamm, K. (2001). The Spiral of Silence and Public Opinion on Affirmative Action, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 78 (1): 7-25.
- Mun, E. and Jung, J. (2018). Change above the glass ceiling: Corporate social responsibility and gender diversity in Japanese firms. *Administrative Science Quarterly*, 63(2), 409-440.
- Nakane, I. (2006). Silence and politeness in intercultural communication in university seminars, *Journal of Pragmatics*, 38(11), 1811-1835.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence, A Theory of Public Opinion, *Journal of Communication*, 24 (2): 43-51.
- Palmer, M. and Hyman, B. (1993). *Yönetimde Kadınlar* (Çev. V. Üner), İstanbul: Rota Yayınları.
- Parijat, P. and Bagga, S. (2014). Victor Vroom's expectancy theory of motivation—An evaluation. *International Research Journal of Business and Management*, 7(9), 1-8.
- Pinder C. C. and Harlos K. P. (2001). Employee Silence: Quiescence And Acquiescence As Responses To Perceived Injustice, *Personnel and Human Resources Management*, 20, 331- 369.
- Premeaux, S.F. and Bedeian, A.G. (2003). Breaking the Silence: The Moderating Effects of Self-Monitoring in Predicting Speaking Up in the Workplace, *Journal of Management Studies*, 40 (6): 1539-1562.
- Puckett, M. and Hynes, G. E. (2011). Feminine leadership in commercial aviation: Success stories of women pilots and captains. In *Academic and Business Research Institute International Conference*. Nashville, TN.
- Scott, R. L. (1993). Dialectical tensions of speaking and silence, *Quarterly Journal of Speech*, 79(1), 1-18
- Under İ. and Gerede, E. (2021). Silence in Aviation: Development and Validation of a Tool to Measure Reasons for Aircraft Maintenance Staff not Reporting. *Organizacija*, 54(1), 3-17.
- Vakola, M. and Bouradas, D. (2005). Antecedents and consequences of organisational silence: an empirical investigation, *Employee Relations*, 27(5), 441-458.
- Van Dyne, L., Ang, S. and Botero, I.C. (2003). Conceptualizing Employee Silence and Employee Voice as Multidimensional Construct, *Journal of Management Studies*, 40, 1359-1392.
- Walby, S. (1990). *Theorizing Patriarchy*. Cambridge USA: Oxford
- Willnat, L., Lee, W. and Detenber, B.H. (2002). Individual-Level Predictors of Public Outspokenness: A Test of the Spiral of Silence Theory in Singapore, *International Journal of Public Opinion Research*, 14 (4): 391-412.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:23.03.2021 ✓Accepted/Kabul:14.06.2021

DOI:10.30794/pausbed.901984

Araştırma Makalesi/ Research Article

Karabalık, K. (2021). "Birinci Dünya Savaşı'nda Güney Azerbaycan'ın Önemi ve Tebriz'in Osmanlı Birlikleri Tarafından Zaptı (1915)", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 157-173.

BİRİNCİ DÜNYA SAVAŞI'NDA GÜNEY AZERBAJCAN'IN ÖNEMİ VE TEBRİZ'İN OSMANLI BİRLİKLERİ TARAFINDAN ZAPTI (1915)*

Kamuran KARABALIK**

Öz

İran'ın kuzey batısında yer alan ve stratejik olarak önemli bir konumda bulunan Güney Azerbaycan, 1907 Rus-İngiliz Antlaşması ile Rus nüfuz bölgesi ilan edildi. Bu tarihten sonra Güney Azerbaycan'da siyasi, iktisadi ve askeri faaliyetlerini arttıran Rusya, İran hükümetinin tepkilerine rağmen bölgeyi adım adım işgal etmeye başladı. Bu süreçte Güney Azerbaycan'daki Ermeni, Nasturi ve bazı Kürt aşiretlerinin de desteğini alan Rusya, Osmanlı-İran sınırında asayiş problemlerine sebep oldu. Birinci Dünya Savaşı başladıktan sonra da Güney Azerbaycan'daki faaliyetlerini arttıran Rusya, buradaki asker sayısını arttırdı ve bölgenin önemli ticaret merkezi olan Tebriz'i işgal etti. Fakat kısa bir süre sonra Sarıkamış harekâtından dolayı Güney Azerbaycan'da bulunan birliklerinin önemli bir kısmını Kafkasya'ya sevk eden Rusya, bölgeyi tahliye etmeye başladı. Bu durumdan istifade eden Osmanlı birlikleri, Ocak 1915'de Güney Azerbaycan vilayetlerini zapt etmeye başladılar. 9 Ocak'ta da Tebriz'e giren Osmanlı birlikleri, yerli ahali tarafından coşkulu bir şekilde karşılandılar. Fakat Sarıkamış harekâtının faciayla sonuçlanması üzerine Tebriz tekrar Ruslar tarafından işgal edildi. Bu çalışmanın amacı, Birinci Dünya Savaşı sırasında Güney Azerbaycan'ın önemini ve Tebriz'in Osmanlı birlikleri tarafından zaptını kaynaklar ışığında incelemektir.

Anahtar kelimeler: *Birinci Dünya Savaşı, Güney Azerbaycan, Tebriz, Rusya, Osmanlı Devleti, İran.*

THE IMPORTANCE OF SOUTH AZERBAIJAN IN THE FIRST WORLD WAR AND THE SEIZURE OF TABRIZ BY OTTOMAN TROOPS (1915)

Abstract

South Azerbaijan, located in the northwest of Iran and in a strategically important position, was declared a Russian sphere of influence with the Anglo-Russian Convention of 1907. Russia, which increased its political, economic, and military activities in South Azerbaijan after that date, started to invade the region step by step despite the reactions of the Iranian government. In that process, Russia, receiving the support of the Armenian, Nestorian, and some Kurdish tribes in South Azerbaijan, caused public order problems on the Ottoman-Iran border. Raising its activities in South Azerbaijan after the First World War started, Russia increased the number of soldiers there and occupied Tabriz, which was an important commercial center of the region. However, after a short time, Russia, sending a significant portion of its troops in South Azerbaijan to Caucasia due to the Sarıkamış operation, started to evacuate the region. Taking advantage of this, Ottoman troops began to seize the South Azerbaijan provinces in January 1915. The Ottoman troops entering Tabriz on January 9 were welcomed enthusiastically by the local people. However, as the Sarıkamış operation ended in disaster, Tabriz was again occupied by the Russians. The purpose of this study is to examine the importance of South Azerbaijan during the First World War and the seizure of Tabriz by Ottoman troops in light of relevant sources.

Keywords: *First World War, South Azerbaijan, Tabriz, Russia, Ottoman Empire, Iran.*

*Bu çalışma 2019 yılında tamamlanan "Birinci Dünya Savaşı'nda Güney Azerbaycan" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

**Arş. Gör. Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü, ZONGULDAK.

e-posta: kamurankbalik@gmail.com, (<https://orcid.org/0000-0003-4703-8412>)

GİRİŞ

Türkmençay Antlaşması (1828)¹ neticesinde Rusya ve İran devletleri arasında paylaşılan Azerbaycan coğrafyasının Aras Nehri'nin kuzeyinde kalan kısmı Rusya'ya, güneyinde kalan kısmı ise İran'a bırakılmıştır. Günümüzde dahi İran sınırları dâhilinde bulunan kısım, "İran Azerbaycan'ı" veya siyasi literatürde Güney Azerbaycan² olarak geçmektedir. Bu bölge, batıda Doğu Anadolu, kuzeyde Aras Nehri, güneyde Hamse, doğuda Mugan ve Talış Dağları ile çevrilidir (Sahir, 1934: 149).

Yakın döneme kadar İran'ın en önemli ticaret ve sanayi bölgesi olan Güney Azerbaycan'ın en önemli vilayetleri ve XX. yüzyılın başlarında bu vilayetlerin tahmini nüfusları şu şekildedir: Tebriz, 200 bin; Erdebil, 40 bin; Urmiye 25 bin; Hoy, 30 bin; Marağa, 30 bin ve Makü vilayetinin 10 bin civarında nüfusu vardı (Kızılkaya ve Akay, 2014: 101-103). Bunlar dışında Güney Azerbaycan'ın diğer önemli vilayetleri; Hemedan, Zencan, Merend, Meyane, Mişkin (Hiyov), Mugan, Eher, Meyanduab, Salmas, Nagede, Ebher, Bicar, Takestan, Sarab, Astara, Halhal, Gorve, Heştrud, Geydar (Hudabende) Save ve Kengaver'dir (Blaga, 1997: 279). Fakat 1906'da İran'da kabul edilen yasayla da İran eyaletlere bölündü ve bu eyaletlerden biri olan Azerbaycan eyaleti şu vilayetleri kapsadı: Tebriz, Urmiye, Hoy, Deylemgan, Makü, Meraga, Binab, Meyandoab, Savuçbulak, Dehhargan, Eher, Astara, Merend, Erdebil, Meşkin, Halhal, Serab, Meyane ve Saingala (Attar, 2006: 232).

Güney Azerbaycan'da en fazla nüfusa sahip halk, Azerbaycan Türkleridir³. Aynı şekilde siyasi sınırların sıkça değiştiği göz önünde bulundurulduğunda Azerbaycan Türkleri dışında Kürtler, Ermeniler, Nasturiler, Türkmenler, Farslar da bölgenin meskûn diğer halklarıdır⁴. Her ne kadar farklı etnik gruplar bu bölgede meskûn olsalar da nüfus bakımından Azerbaycan Türklerinden sayıca azdırlar. Azerbaycan Türklerinin burada nüfus olarak fazla olmaları bölge insanının "Azeri", "Azerbaycani", "Azerbaycan Türkü" şeklinde adlandırmalarına sebebiyet vermiştir. Bölge halkı da, genel olarak kendisini Türk olarak adlandırır. Bu da bölgenin bu şekilde isimlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca bölgenin bu etnik durumu, Birinci Dünya Savaşı'nda stratejik bir nokta olarak önem kazanmasına sebep oldu. Çünkü İngiltere, Rusya ve Osmanlı devletleri, İran hükümetinin zayıf durumunu da göz önünde bulundurarak buradaki etnik gruplarla ittifak yapmaya başladılar (Karabalık, 2019: 9).

Güney Azerbaycan'ın etnik ve dini durumu, XIX. yüzyılın başlarından itibaren Rusların siyasi ve iktisadi faaliyetlerini yürüttüğü bir bölge olmasına sebep oldu. Bölge, 1907 Rus-İngiliz Antlaşması⁵ ile de Rus nüfuz

¹ Rusya ile İran arasında 1804-1812 yılları arasında vuku bulan savaşlar sonrasında Rusya başarılı olmuş ve Azerbaycan coğrafyasının büyük bir bölümünü işgal etmişti. Fakat İran'ın Rusya'ya kapırdığı toprakları geri almak istemesi üzerine iki devlet arasında 1826'da tekrar mücadele başlamış ve Rusya tekrar başarılı olmuştu. Bunun üzerine iki devlet arasında Türkmençay Antlaşması imzalanmıştı. Antlaşmaya göre; İran, 6 ay içerisinde Revan ve Nahçıvan Hanlıklarını Rusya'ya bırakacak, iki devlet arasındaki sınır tespit edilecek ve tespit edilen sınırların kuzeyinde kalan, Kafkas sıra dağları ve Hazar Denizi arasında bulunan bütün toprak ve adaların, bu topraklarda yaşayan halkların Rusya İmparatorluğu'na ait olduğu kabul edilmiştir. Ayrıca Hazar Denizi'nde her iki devletin de ticaret gemileri yüzebilecek, fakat yalnızca Rusya'nın savaş gemileri bulunabilecekti. Ayrıntılı bilgi için bkz: (Yeşilot, 2008: 189-190)

² Türkmençay Antlaşması'ndan sonra Azerbaycan coğrafyası ikiye bölünmüş kuzeyi Rusya'nın, güneyi ise İran sınırları içerisinde kalmıştı. Birinci Dünya Savaşı sonrasındaki durumdan istifade eden kuzeydeki Azerbaycan bölgesi (günümüzde Azerbaycan Cumhuriyeti) 1918'de bağımsızlığını ilan etti. Kuzeyde Azerbaycan Cumhuriyeti'nin kurulması, İran sınırları içerisinde kalan güneydeki Azerbaycan'ın da Güney Azerbaycan olarak isimlendirilmesine sebep oldu. Fakat siyasi literatürde "Güney Azerbaycan" terimi daha çok 1945'te Azerbaycan Cumhuriyeti'nin (İran sınırları içerisinde olan bölge) kuruluşundan sonra olmaya başladı. Bilindiği üzere İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Tebriz merkez olmak üzere "Azerbaycan Demokrat Partisi" önderliğinde "Azerbaycan Cumhuriyeti" kurulmuştu Dolayısıyla Güney Azerbaycan terimi bilhassa kuzeydeki Azerbaycan Cumhuriyeti'nin sınırları dışında kalan ve günümüzde dahi İran sınırlarına dâhil olan Güney Azerbaycan bölgesini kapsamaktadır (Hasanlı, 2005: 274).

³ XX. yüzyılın başlarında İran'ın genel nüfusu hakkında kaynaklarda farklı rakamlar verilmektedir. Buna göre; Larcher, 9 milyon (Larcher, 1927: 406), Rafael Blaga 10 milyon (Blaga, 1997: 29), Abrahamian 12 milyon (Abrahamian, 2008: 2) ve Mehmed Kenan ise 13 milyondur (Kenan, 1928: 38) demektedir. Mevcut nüfus içerisinde Azerbaycan Türklerinin nüfusu ise 2 milyon olarak tahmin edilmektedir (Blaga, 1997: 29, 274).

⁴ XX. yüzyılın başlarında Azerbaycan Türklerinden sonra bölgede en fazla nüfusa sahip halklar; Kürtler, Ermeniler ve Nasturiler idi. Bölgedeki Kürtler, genel olarak aşiretler halinde yaşamaktaydılar. Yoğun olarak Irak hududuna yakın Serdeşt, Uşnu ve Savuçbulak havalisinde meskundular. Uşnu mıntıkasının kuzeyinden itibaren Türk-İran sınır boyunca Ağrı Dağı'na kadar olan mıntika da yine Kürtler yaşamaktaydılar. Kürtler dağınık halde yaşamalarından dolayı nüfusları pek bilinmese de tahmini olarak 150 bin civarında oldukları kaynaklarda belirtilmektedir. Ermeniler; bölgede nüfus bakımından az olmalarına rağmen genel olarak Grigoryan mezhebine mensup olsalar da Protestan ve Katolik mezheplerine bağlı olanları da vardı. (İran Azerbaycanı Tetkik Raporu, 1927: 49-58, 61). Azerbaycan Eyaletinde ticaret ile meşgul olan Ermeniler, (Smirnof, 1928: 43) Rumiye, Salmas, Meraga ve Tebriz şehrinde meskundular. Nasturiler; Urmiye ve Salmas çevresi ile Tebriz (Azerbaycan Tetkik Raporu, 1927: 58-59), Salduz, Tergavar, Mergavar civarlarında meskundular (Albayrak 1997: 148). Söz konusu dönemde İran genelinde Nasturi nüfusunun 200.000 dolaylarında olduğu tahmin edilmektedir (Blaga, 1997: 345; İran Azerbaycanı Tetkik Raporu, 1927: 59-61).

⁵ İngiltere ve Rusya arasında İran Devleti'ni hiçe sayarak imzaladıkları bu antlaşmaya göre; İran'ın kuzeyi Rusya'nın, güneyi de İngiltere'nin kontrolünde olacaktı. Bunun dışında kalan bölgede de tarafsız bölge ilan edilerek İran'ın kontrolüne bırakıldı Ayrıca iki devlet yalnızca kendilerine ayrılan bölgede imtiyaz aramayı (Avşar, 2003: 73); Belçikalı gümrük memurlarını yerlerinde bırakmayı, önceki borçların geri ödemeleri için gümrük gelirlerini kullanmayı kararlaştırdılar. İngiliz ve Rus kredilerinin ödenmesi için de İran'ın gümrük gelirleri üzerinde ortak denetim kararı alındı. Bu antlaşma iki devletin İran üzerindeki otoritelerini güçlendirdi (Kesrevi, 1344: 452; Paine ve Schoenberger, 1975: 4; Cezani, 2014: 224-227).

bölgesi ilan edildi. Bu dönemde Güney Azerbaycan'ın merkezi Tebriz, İran tarihinde önemli bir rol oynadı. Tebrizli aydınların baskısıyla ülkede meşrutiyet ilan edildi ve tekrar Muhammed Ali Şah (1872-1925), meşrutiyete son vermek isteyince Tebriz halkı ayaklandı ve meşrutiyet yeniden ilan edildi (1909). Fakat Tebrizlilerin bu tutumu şahı destekleyen Ruslar tarafından vilayetin işgaliyle sonuçlandı. Bu tarihten sonra Güney Azerbaycan vilayetleri de dâhil Rus tahakkümü altına giren bölge, Ruslar tarafından adım adım işgal edilmeye başlandı. Rusların bölgede sebep oldukları olayların yanı sıra Osmanlı-İran sınırında asayiş bozmalarından dolayı, Osmanlı Devleti'nin bölgeye müdahale etmesine sebep oldu. Birinci Dünya Savaşı'nın başlaması ile de bölgede faaliyetlerini arttıran Rusya, Ermeni, Nasturi ve bazı Kürt aşiretleri aracılığıyla bölgedeki işgallerini genişletti. Osmanlı Devleti ise bölgedeki Rus işgallerini sona erdirmek amacıyla Aralık 1914'ten itibaren bölgeye birlikler sevk ederek kısa sürede burayı ele geçirdi.

Bu çalışmanın amacı, konumu itibarıyla Güney Azerbaycan'ın Birinci Dünya Savaşı sırasındaki önemini ve bu öneminden dolayı Osmanlı Devleti'nin bölgedeki faaliyetlerini ve Tebriz'in Osmanlı birlikleri tarafından zaptını kaynaklar ışığında incelemektir.

1. BİRİNCİ DÜNYA SAVAŞI'NDA GÜNEY AZERBAJYAN'IN ÖNEMİ

XIX. yüzyılın başlarından itibaren İran ile mücadele etmeye başlayan Rusya, bir dizi başarılı operasyonun (1804-1812 ve 1826 savaşları) ardından güneye doğru inmeyi başardı. Bu tarihten sonra İran'ın bazı bölgelerini işgal eden Rusya, siyasi, askeri ve iktisadi olarak İran'da söz sahibi olmaya başladı. İran'daki nüfuzunu daha da pekiştirmek isteyen Rusya, İngiltere ile masaya oturdu. İki devlet, 1907 Rus-İngiliz Antlaşması ile ülkeyi üç bölgeye ayırdılar. Antlaşma gereğince Güney Azerbaycan toprakları, Rus nüfuz bölgesi ilan edildi ve Ruslar, İran'ın bazı vilayetlerine yerleşmeye başladılar (Kesrevi, 1344: 452). Fakat Rus yerleşimleri çok önceden Astarabad ve Mazendaran gibi İran vilayetlerinde başlamıştı. Aynı durum Tebriz'in merkez olduğu Güney Azerbaycan'da da söz konusuydu. Rus sömürgeciliği, bu bölgede diğer bölgelerden farklı olarak askeri fetihlerden önce gelmiş ve Ruslar ilk etapta buraya çalışmak ve ticaret yapmak için gelmişlerdi. Üstelik bu dönemde İran'da yabancılara arazi alım satımı yasak olmasına rağmen Ruslar, nüfus açısından hızlı bir gelişme gösterdiler (Adreeva, 2007: 73-74).

Güney Azerbaycan'ı bir Rus vilayetine dönüştürmek amacıyla olan Ruslar, bu amaçla bölgeye gönderdikleri öncü yerleşimciler sayesinde hem nüfus açısından hızlı artış gösterdiler hem de bölgedeki nitelikli iş gücünün öncüsü oldular. Büyük savaşın adım adım yaklaştığı yıllarda da Ruslar, bölgeye yerleşmenin dışında askeri yığınak da yaptılar. Rusların bölgeye askeri yığınak yapmaya başlamaları, Güney Azerbaycan'ı yakın dönemde işgal edebileceklerinin açık bir göstergesiydi (Hülagü, 1994: 4). Rusların bölgedeki bu etkinliği İran'daki krizden kaynaklanmaktaydı. Savaşın yaklaştığı yıllarda hükümet şekli meşruti bir yönetim olan İran, hem deneyimsiz yöneticilerden hem de meclisteki muhafazakârlar ile demokratlar arasındaki çatışmalardan dolayı bir kriz içerisindeydi. Üstelik hükümetin yetkileri sadece kâğıt üzerindeydi. Tüm bu sebeplerden dolayı salgın hastalıklar, kıtlık ve aşiretler arasındaki çatışmalardan dolayı da ülke neredeyse harap halindeydi. Dolayısıyla Ruslar için İran'da uygun ortam kendiliğinden zaten oluşmuştu (Karacagil, 2014: 98).

Rusların bölgedeki bu tür faaliyetleri, müttefikleri İngilizleri kaygılandırmaktaydı. Çünkü Rusların işgal etmeyi planladıkları Güney Azerbaycan, İngilizlerin Hindistan sömürgelerine giden yolu üzerindeydi (Hülagü, 1994: 4). İngilizlerin kaygıları sadece Rusların Güney Azerbaycan'daki faaliyetlerinden ibaret değildi. Osmanlı Devleti, Almanya safında savaşa girdiği takdirde Irak ve İran'dan gelecek büyük bir propaganda, İngiltere'yi Hindistan'da yaşayan 66 milyon Müslüman nüfus arasında zor durumda bırakabilirdi. Dolayısıyla Hindistan'ın güvenliğinin sağlanması için İran ve dolayısıyla Güney Azerbaycan, İngilizler açısından oldukça önemliydi (Hülagü, 1994: 4). Ayrıca başka bir devletin Güney Azerbaycan üzerindeki hâkimiyeti, İngilizlerin Huzistan ve Fars Körfezi'ndeki çıkarlarını tehdit edebilirdi (Hafeziniya, 2017: 61).

Rusların Güney Azerbaycan'daki faaliyetleri Osmanlı Devleti için de önemli bir sorundu. Çünkü Osmanlı Devleti'nin Güney Azerbaycan'a 450 km kara sınırı olmasının yanı sıra, tarihi ve kültürel bağları da mevcuttu. Nitekim aynı ana dili konuşan topluluklardan Azerbaycan Türkleri, bölgeyi etnik açıdan ilgi çekici kılıyordu. Bunun yanı sıra bölgede meskûn olan Kürt aşiretlerinin çoğunun Sünni mezhebine mensup olmaları, onları Osmanlı Devleti sınırları içerisinde yaşayan Kürtler ile daha yakın ilişki içine sokuyordu (Gaunt, 2009: 17). Ayrıca Rusların bölgede meskûn olan bazı Kürt aşiretleri ile Nasturi ve Ermeniler arasındaki faaliyetleri, Osmanlı Devleti'ni

rahatsız ediyordu. Dolayısıyla bilhassa XX. yüzyılın başında önem kazanmaya başlayan etnik yapı ile din ve mezhep farklılıkları da Güney Azerbaycan'ı stratejik olarak önemli kılıyordu (Atabaki, 2010: 2).

Güney Azerbaycan'daki etnik ve dini çeşitlilik sadece Osmanlı Devleti için bir önem arz etmiyordu. Mevcut unsurlar (Kürtler, Türkler, Ermeniler, Nasturiler) arasındaki anlaşmazlıklar İran'da istikrarsızlığa sebep oluyordu. Bu istikrarsızlık durumu hem İtilaf hem de İttifak devletlerinin bölge üzerindeki çıkarlarını gerçekleştirmeleri için önemli kolaylıklar sağlıyordu. Nitekim İngilizler, Ruslar, Osmanlılar ve Almanlar bu etnik ve dini gruplar arasındaki anlaşmazlıkları kendi çıkarları için kullanmak istemekteydiler. Bunun için de bu devletler, bölgede meskûn olan Nasturiler, Ermeniler, Kürtler ve Azerbaycan Türklerine bağımsız devletler kurma sözü veriyorlardı (Atabaki, 2010: 2).

Osmanlı Devleti'nin bölge üzerindeki en önemli hedefi sadece Rus varlığını ortadan kaldırmak ya da İngiliz sömürgesi Hindistan'ını tehdit etmek değildi. İttihat ve Terakki liderlerinin en önemli amaçlarından biri de Türklerin yoğun olarak yaşadıkları bölgeleri Rus baskısından kurtarmaktı. Bu amaçla İttihat ve Terakki merkezinin imzaladığı genelge de:

“Dünya Savaşına girişimizin nedeninin yalnız ülkemizi tehdit eden tehlikeden korumak olmadığını unutmamalıyız. Hayır, daha da acil bir amacımız var; Moskof düşmanını yerle bir ederek, bütün soydaş halkımızı kapsayacak ve birleştirecek şekilde imparatorluğumuzun kendi doğal sınırlarına giden yolu açmamızı gerektiren ülkümüzü hayata geçirmektir” (Atabaki, 2007: 30) denmekteydi.

Dolayısıyla İttihatçıların imzaladıkları genelge dikkate alındığında Osmanlı Devleti'nin savaşta stratejisi, iki farklı şekilde ele alınabilir: ilki Panistlamist, diğeri de Pantürkist stratejidir. Panistlamist strateji, İngiliz ve Rus baskısı altında olan Yakın ve Ortadoğu ile Hindistan'a kadar olan Müslüman halklara hitap ediyordu. Bu politika ile amaçlanan bölgedeki Müslüman halkı (Türkler, Kürtler, Farslar) İngiliz ve Ruslara karşı kızdırmaktı. Nitekim Güney Azerbaycan'da meskûn olan ahalinin çoğunluğunun Müslüman (çoğu Azerbaycan Türk'ü ve Kürt) olması bu duruma oldukça müsaitti (Saray, 1999: 103).

Güney Azerbaycan, Pantürkist politika için de önemli bir mevkiydi. Çünkü Pantürkist strateji ile Balkan Yarımadası, Kafkasya, Güney Azerbaycan ve Orta Asya'nın işgal altında bulunan Türk halkları hedefleniyordu. İttihatçılar arasındaki bir grup, “Osmanlıcılık” fikrinin iflası üzerine, sadece Türklüğe dayalı bir siyaset fikrine sarılmaya başlamışlardı. Son zamanlarda vuku bulan Balkan Harbi hadiseleri ile İngiltere, Rusya ve Fransa'nın Osmanlı Devleti'ne karşı takip ettikleri hasmane politika, bu fikri cazip hale getiriyordu (Atabaki, 2007: 30).

Bazı İttihatçılar, bu fikir çerçevesinde Birinci Dünya Savaşı'nın adım adım yaklaştığı yıllarda İran'da keşif hareketlerine başlamışlardı. Bu amaçla Enver Paşa'nın amcası Halil Paşa'nın öncülüğünde Kazım Karabekir ve Ömer Naci'nin de içinde bulunduğu bir grup İttihatçı, 1913'de bölgede keşif yapmıştı. Bilhassa Ömer Naci, bölgede uzun yıllar gizli öğretmen kimliğiyle çalıştığından bölge üzerinde uzmanlaşmıştı. Ayrıca İran hükümetine ve bölgedeki Rus yayılmacılığına muhalif olan yerel güçler arasında örgütlenme çalışmaları yapmıştı (Karabalık, 2019: 25-26). Savaş başladıktan sonra da Teşkilat-ı Mahsusa tarafından İran'daki aşiretleri organize etmek ve halkı Rus ve İngilizlere karşı kızdırmak amacıyla bir kısım memur bölgeye gönderildi⁶ (Sarısaman, 1996: 214).

M. Larcher de aynı şekilde “*Büyük Harpte Türk Harbi*” adlı eserinde İran'ın ve dolayısıyla Güney Azerbaycan'ın Osmanlı Devleti için hem Panistlamist hem de Pantürkist politika açısından önemini şu şekilde açıklamaktadır: “*İran, hassaten, Osmanlı İttihad-ı İslamcılığının Asya Müslümanlarını cihad-ı mukaddese sürüklemek için geçmeye teşebbüs ettiği bir köprü ve Türk Turancılığının Türk-Tatar kütleleriyle iltisak peyda etmek için yürümeğe gayret ettiği bir yol olmuştur*” (Larcher, 1927: 404).

Almanya'nın ise bu bölge üzerindeki hedefi Osmanlı Devleti ile aynı olsa da başka amaçları da vardı. Almanların en önemli amacı, savaş sırasında Avrupa cephelerindeki yükünü mümkün olduğunca hafifletmekti. Bunun için de İngiliz ve Rusların dikkatini Orta Doğu'ya çekmek istiyordu. Yine Almanların stratejisi, Panistlamist politika ile İran coğrafyası üzerinden Hindistan'a ve Afganistan'a ulaşarak oradaki Müslüman ahaliyi İngilizlere karşı isyana teşvik etmektir. Ayrıca bu operasyonlar sırasında bölgeyi askeri merkez olarak kullanmaktı. Diğer

⁶ Teşkilat-ı Mahsusa'nın İran'daki faaliyetleri için bkz: Sadık Sarısamani, “Birinci Dünya Savaşı Sırasında İran Elçiliğimiz ile İrtibatlı Bazı Teşkilat-ı Mahsusa Faaliyetleri”, *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi (OTAM)*, C: 7, S: 7, 1996, ss. 209-217.

taftan Almanya, Hindistan'ı zapt ederek İngilizlerin iktisadi ve askeri yardımlarını da kesip Avrupa'da etkisiz bırakmak istemekteydi. Bunun dışında Rusların güneydeki cephelerine baskı yaparak, saldırıların önünü kesmek Avrupa'daki Rus birliklerine karşı önlem almak istiyordu (Hafeziniya, 2017: 60). Ayrıca Ruslar ve İngilizlerin İran toprakları üzerinde etkin olmaya başlamaları, bölgedeki Osmanlı ve Alman çıkarlarını da tehlikeye sokuyordu. Bu amaçlar çerçevesinde Alman casusları savaşın başlamasından 6 ay sonra İran aşiretleri arasında Rus ve İngilizlere karşı propaganda yapmaya başladılar (Lenczowski, 1992: 77; Ettehadiyyeh, 2006: 9). Propaganda amaçlı bölgeye gönderilen en önemli casus Wilhelm Wassmus'du. Wassmus, İran'a gittikten sonra hem bölgedeki bazı aşiret liderleriyle hem de İranlı bazı siyasetçilerle dostluk kurdu (Atayi ve Nouri, 2016: 74). Wassmus'un bölgedeki aşiretler arasındaki faaliyetleri Rus ve İngilizlerin bölgedeki askeri stratejilerine set çekmek için önemli bir koz olarak görülüyordu (Stoddard, 1963: 17).

Güney Azerbaycan'ın Almanya ve Osmanlı açısından diğer bir önemi de Bakü'nün, Avrupa'nın en önemli petrol kaynağı olarak öne çıkmasıydı. Dolayısıyla Bakü'nün ele geçirilmesi, Almanların ve Osmanlıların askeri hedefleri arasındaydı. Coğrafi bakımdan, yüksek dağlarla çevrili, dağınık yerleşimlere sahip ve zayıf ekonomisi olan Türk bölgelerinde Bakü'yü işgal etmeyi planlayan askeri bir harekâtı imkânsız kılıyordu. Bu açıdan Güney Azerbaycan'ın yığınak merkezi olarak kullanılması lojistik açıdan daha elverişliydi (Gaunt, 2009: 17).

2. OSMANLI ORDUSU'NUN HAREKETİ ÖNCESİ TEBRİZ MERKEZLİ GÜNEY AZERBAJCAN'DA RUS İŞGALLERİ

Birinci Dünya Savaşı başladığında İran'daki siyasi kriz devam etmekteydi. Meşrutiyet hareketinden dolayı ülke ikiye bölünmüştü. Tebriz merkezli Güney Azerbaycan'da Anayasa taraftarları ciddi bir mücadele vermekteydiler. Bu mücadele sonucunda Meşrutiyet ilan edilmesine rağmen kaos ve kanunsuzluk ülke geneline yayıldı (Atayi ve Nouri, 2016: 73). Bu durumu fırsata çeviren Ruslar ve İngilizler, 1907 yılında İran topraklarını üç bölgeye ayırdılar. Buna göre İran'ın orta kısmı tarafsız olmakla birlikte kuzeyi Rusya'nın, güneyi ise İngiltere'nin kontrolü altına verilmişti. Bu antlaşmanın akabinde Rusların desteğini alan bazı Kürt aşiretleri (Simko İsmail Ağa, Abdurrezzak) Kotur ve havalisi gibi bazı bölgelerde etkin olmaya başladılar. Ayrıca Rusların bu Kürt aşiretlerini kullanarak Osmanlı sınırına yakın yerlerde meskûn olan ahali ve aşiretlere baskı kurarak rahatsız etmelerinin yanı sıra Osmanlı Devleti'nin bölgedeki otoritesini tartışılır hale getirmekteydi. Osmanlı Devleti'nin yeterli güvenlik önlemi almadığı Van ve Hakkâri gibi sınır bölgelerindeki vilayetler de bu eşkiyaların tecavüz alanı olmuştu (Ünal, 2006: 77).

Rusların Güney Azerbaycan'da artan faaliyetlerinden rahatsız olan Osmanlı Devleti, nihayet harekete geçti. Bu amaçla Mehmet Fazıl Paşa ve İzzet Paşa komutasındaki birlikler bölgeye sevk edildi. Birlikler, kısa bir süre sonra Urmiye, Salmas, Hoy, Savuçbulak, Serdeşt, Bane, Vezne ve Bukan'ı zapt etti (BOA. Y.MTV.306/5) Güney Azerbaycan valisi, bölgedeki Osmanlı birliklerinin ilerleyişini durdurmak istese de başarılı olamadı. Bunun üzerine Osmanlı birlikleri ilerleyişlerine devam ederek Baradost, Mergaver, ve Somay'a bağlı bazı köyleri de ele geçirdiler. Osmanlı birliklerinin bölgedeki bu faaliyetleri, İran hükümetinin tepkisini çekti. Nitekim İran hükümeti, 3 Muharrem 1326 (6 Şubat 1908) tarihinde İran topraklarının Osmanlı birlikleri tarafından zapt edilmesinin iki ülke arasında devam eden sınır görüşmelerine zarar verebileceğini bildirdi (BOA. Y.MTV. 306/5).

Osmanlı birlikleri İran topraklarından ilerlerken Ruslar, İran'daki otorite boşluğundan istifade ederek 1909'da Tebriz, Hoy, Urmiye ve Dilman'a askerlerini çıkardı. İran'daki otorite boşluğundan dolayı ve Rusların bölgeye asker çıkarmasından sonra bu bölgeler kaçakçılık, gasp ve talana müsait bir ortamın oluşmasına sebep oldu. Bilhassa Osmanlı-İran hududu üzerinde bulunan Van vilayeti her türlü gayri meşru işlerin yapıldığı bir bölge haline geldi. Nitekim hudut üzerinde yaşayan aşiretler, İran tarafından baskı gördüklerinde hudut üzerinde görevli bazı memurlar rüşvet karşılığı bunların huduttan geçmelerine müsaade ediyordu (BOA. DH. SYS. 7/2- 1). Bu arada Osmanlı birlikleri, sınır görüşmelerine zarar vermemesi ve İngiliz-Rus ısrarlarından dolayı zapt ettikleri yerleri boşaltmak zorunda kaldılar (BOA. Y.MTV. 306/5). Bu sırada İran, meşrutiyet protestolarından dolayı zor durumdaydı. Dolayısıyla Osmanlı ordusunun ilerleyişine çok fazla ses çıkaramıyordu. Ayrıca sınır görüşmeleri bu şartlar altında görüşülmeye devam ediyordu. Mevcut otorite boşluğunu fırsata çeviren Ruslar, 1910'da Tebriz'i işgal ederek, Güney Azerbaycan'a daha kolay yerleşebilmek için yeni yollar ile Hazar sahillerine iskeleler ve gümrük binaları ile Tebriz'den Culfa'ya kadar yeni bir demir yolu inşa ettiler. Ayrıca Ruslar, Tebriz -Culfa ticaret yolunun rağbet görmesi için de Osmanlı-İran arasındaki ticaret yollarında İsmail Ağa Simko'yu kullanarak asayiş

problemleri yarattılar. Bundan dolayı bir süre sonra bu yollar üzerinde ticaret kervanları görünmez oldu. İkinci derecede öneme sahip olan Tebriz-Rumiye-Uşnu-Revandiz-Erbil-Musul ve Tebriz-Sakız-Bane-Serduşt-Erbil-Musul yollarında da aynı yöntemi uygulamaya başlayan Ruslar, Mengü Aşireti Reisi Bayber Ağa ile Kareni Ağa'yı da bu yola bela etmeye çalışıyorlardı (Sarıkcıoğlu, 2010: 51).

Rusya, Kasım 1911'de Güney Azerbaycan'ı yarı sömürge haline indirgeyen ultimatomeni⁷ İran'a verdi (Abrahamian, 2008: 79; Atabaki, 2007: 127). Bundan sonraki süreçte Rusların bölgedeki faaliyetleri hız kesmeden devam etti. Bölgede Osmanlı karşıtı olan şahısları da destekleyen Rusya, daha önce sürgüne gönderilen Kürt aşiret reisi Abdurrezzak'ın, 1912'de Batı Azerbaycan'a gelerek buraya yerleşmesine yardımcı oldu (Bruinessen, 2007: 85-86). Yine Barzan Şeyhi de Rusların çeşitli vaatler karşılığında Güney Azerbaycan'a yerleştirdiği başka bir Kürt aşiret reisi idi. 29 Nisan 1914 tarihli Emniyeti Umumiye Müdüriyeti tarafından Musul vilayetine çekilen bir telgrafa göre, Barzan Şeyhi, on adamıyla birlikte Rusların ve acemlerin koruması altında Urmiye'ye yerleştirilmiş ve Merek kazasında bulunan Nasturilerle iş birliği yaparak Nasturilere silah tedarik etmişti (BOA. DH. ŞFR. 40/109).

Ruslar, bölgedeki faaliyetlerine devam ederken Güney Azerbaycan'daki asker sayılarını da artırıyorlardı. 24 Şubat 328 (9 Mart 1913)'de İran genelinde yaklaşık 10 bin civarında Rus askeri bulunurken, Güney Azerbaycan'da bu sayı 6 bin civarındaydı. Ayrıca Ruslar, Osmanlı birliklerinin çekildikleri bölgelere de yerleşmekteydiler (BOA. BEO. 4152/311344). Bölgedeki asker sayısını arttıran Rusya, kendilerini destekleyen Ermeni, Nasturi ve bazı Kürt aşiretlerine silah tedarik ediyorlardı. Bunlar da menfaatleri gereği hem Rusların yanında yer alıyorlardı hem de bölgede silah kaçakçılığı yaparak asayiş sorunlarına sebep oluyorlardı (BOA. BEO. 3986/298921). Yalnız Ruslar, bölgedeki Ermeni ve Nasturilerin büyük çoğunluğunu kendi tarafına çekmesine rağmen Kürt aşiretleri üzerinde aynı başarıyı gösteremediler. Çünkü Kürt aşiretlerinin büyük bir kısmı Rus aleyhtarıydı (BOA. MKT. MHM.743/26; BOA. MKT. MHM. 743/25). Zaten Ruslar, kendilerini desteklemeyen Kürt aşiretlerinin Hristiyan köylerine tecavüz etmelerinden dolayı İran'a asker çıkardıklarını söylemekteydiler. Nitekim Osmanlı Devleti'nin Petersburg Sefiri Turhan Paşa, Rusya Hariciye Nezareti ile olan görüşmelerinde Rusların, gerek İran'a ve gerekse Osmanlı-İran sınırına asker sevk etmelerinin bölgeyi işgal maksadıyla değil Kürt aşiretlerinin Hristiyan köylerine tecavüz etmelerinden dolayı bölgedeki asayışı sağlamak amacıyla olduğunu söylediklerini aktarmaktadır (BOA, HR. SFR. (1). 171-20). Bu açıklamadan sonra da Ruslar, İran'a asker sevk etmeye devam ettiler. Nitekim süvari topçu ve piyadelerden müteşekkil dört bin mevcutlu yeni bir kuvvet ile beş bataryayı Urmiye'ye gönderdiler (BOA. BEO, 4157-311774). Bu sırada Rusya'nın bölgedeki önemli destekçilerinden Seyyid Taha ile Abdürrezak da Osmanlı-İran hududunda bulunan Daciyan karyesinde Kürt aşiretleri arasındaki faaliyetlerine devam etmekteydiler (BOA. (A.}. MKT. MHM. 743-16). Ayrıca Hem Rusların bölgeye asker sevkini hem de bu aşiret reislerinin bölgedeki faaliyetlerini yakından takip eden Osmanlı Devleti, bölgedeki Osmanlı idarecilerine gerekli tahkikatların yapılması emrini verdi (BOA. (A.}MKT. MHM. 743-16). Yapılan tahkikat neticesinde Rusların daha önce Rumiye ve havalisine sevk ettikleri dört bin piyade ve süvari ile üç bataryanın dışında yeniden külliyetli miktarda süvari sevk edecekleri ve aynı durumun Hoy ve Savuçbulak havalisinde de söz konusu olduğu bildirildi (BOA. (A.} MKT. MHM. 743-26). Ayrıca bilhassa Hoy'da bulunan Rus askerlerinin İran ahali ve kadınlarına yönelik saldırgan bir tutum sergiledikleri ve hatta bu tecavüzatlarından mustarip olan ahalinin sokağa çıkmaya bile çekindiği bildirildi. Yabancı devletlerin İran'da yaşayan vatandaşları da aynı şekilde bu Rus askerlerinin tecavüzatından nasibini almaktaydı. Öyle ki Osmanlı tebaasından birkaç şahıs hükümet dairesinden çıkıp kendi hanelerine giderken Rus askerleri tarafından darp edilmişlerdi (BOA. HR. SFR. (3). 700/6).

Birinci Dünya Savaşı başladığında Rusların bölgedeki faaliyetleri daha da arttı. Savaş patlak verdiğinde Güney Azerbaycan'da 13 bin civarında Rus askeri bulunuyordu (Larcher, 1928: 409). Bu şekilde askeri olarak bölgede gücünü arttıran Rusya, iktisadi açıdan da bölgede söz sahibi olmak istiyordu. Bu nedenle Tebriz'den Urmiye ve Savuçbulak'a ve Savuçbulak'dan Bane ve Sine istikametlerine doğru şimendifer hattı inşası için keşif hareketlerinde bulunuyorlardı (BOA. DH. KMS. 3/37). Bu durum hem müttefikleri İngilizleri hem de İran hükümetini rahatsız ediyordu. Fakat Rusların Güney Azerbaycan'da bu kadar rahat dolaşmalarının bazı sebepleri vardı. En önemli

⁷ 1907 Rus-İngiliz Antlaşması'ndan geri adım atmamak istemeyen Ruslar, yeni hükümetin antlaşmayı tanımadığını açıklaması üzerine, 1911 Kasım ayında İran hükümetine bir nota verdi. Rusya'nın notasında; hükümetin anlaşmayı uygulamaması durumunda, İran'ın Rusya-İngiltere ortak işgaline uğrayacağı açıkça belirtiliyordu. Notada ayrıca, meclisin kapatılması ve Rusya ve İngiltere karşıtı kişilerin kabineden atılmasının yanı sıra Amerikalı Shuster'in ülkeden kovulması da isteniyordu. (Abrahamian, 1969: 188; Paine and Schoenberger, 1975: 7). Bunun dışında yabancı memur çalıştırmak için Rusya ve İngiltere'den izin alınacaktı. (Azeri, 1995: 8,). 24 Aralık 1911'de Parlamento Rus ve İngiliz baskısı sonucu Meclisi lağvetme Şuster'i görevden almak zorunda kalmıştı (Djalili ve Kellner, 2011: 48).

sebebi, İran hükümetinin askeri bir güçten yoksun olmasıydı. Diğer bir sebepte yerel halkın takındığı sessiz tavrıydı. Halk her ne kadar Rus aleyhtarı gibi görünse de, Rusları destekleyen bir kesim de vardı. 22 Temmuz 1914'de Urmiye şehbenderinin bildirdiğine göre, vilayette yaşayan Hristiyan ahalinin Rus himayesine geçmek için talepte buldukları ve Rus konsolosun da bu talebi kabul ettiği bildiriliyordu (BOA. DH. EUM. EMN. 2. Şube. 1/2). Bunun dışında bölge idarecileri arasında Rusları destekleyenler de vardı. Nitekim 16-23 Mart 1914 tarihinde Urmiye şehbenderliğinden Hariciye Nezaretine gönderilen başka bir telgrafta, Tebriz Beylerbeyinin Urmiye hâkimliğine tayin edildiğini, tayin edilen şahsın genç ve zayıf olduğu ve üstelik Rus taraftarı olması hasebiyle de Hariciye Nezaretinden değiştirilmesi talep ediliyordu (BOA. DH. KMS. 18/16). Ayrıca Güney Azerbaycan valisi de Ruslarla iş birliği yapıyordu ve Ruslara hoş görünmek için kendi halkına zulmediyordu. Sözü geçen Vali Samed Han idi. Samed Han, Tebriz'de Rusya yanlısı bir politika izleyerek Rus karşıtı olan şahıslar üzerinde baskı kuruyordu. Samed Han'ın bu davranışları, Osmanlı basınında da haber oluyordu. Nitekim bir habere göre Samed Han, ahalden birini asmış ve bununla da yetinmeyerek Tebriz ahalisinin İran parlamentosuna girmemeleri için baskı yapıyordu (İslâm Mecmuası, 1330 (1914): 30). Fakat çok geçmeden İran hükümeti, Samed Han'ın bölgedeki faaliyetlerine tepki göstererek kendisini azletti. Yerine ise Velihaht Abbas Mirza, Azerbaycan Valiliğine tayin edildi. Samed Han ise Rusların koruyuculuğu altında Güney Azerbaycan'ı terk etti. Rusların bölgedeki önemli bir destekçisi olan Samed Han'ın görevinden azledilmesi, Rusya'yı rahatsız etti. Bunun üzerine Ruslar, bölgedeki hem yerli hem de yabancı ahalî üzerindeki baskılarını arttırdılar (İkdam, 23 Teşrin-i Evvel 1914).

Rusların bölgedeki faaliyetlerinden en çok Osmanlı Devleti rahatsızdı. Çünkü Ruslar, bölgede yaşayan Osmanlı tebaasının can ve mal güvenliğini de tehlikeye atıyorlardı. Osmanlı Devleti, Rusya ile karşı karşıya gelmemek için olayların yatıştırılması için İran hükümetine başvuruda bulundu. (BOA. BEO. 4292/32137). Fakat İran hükümetinin durumu ortadaydı. Siyasi ve askeri olarak müdahale edecek gücü yoktu. Askeri olarak işe yarar tek kuvveti de Ruslar tarafından idare edilen ve İsveçli subaylar tarafından eğitilen Kazak Tugayı idi. Yeni tahta geçen Ahmet Şah'ın da herhangi nüfuzu yoktu. Dolayısıyla ülkenin içinde bulunduğu durum Ruslara istedikleri ortamı yaratıyordu (BOA. DH. EUM. 2. Şube. 1/13). Üstelik Ruslar, hem Güney Azerbaycan'a hem de Osmanlı hududuna doğru askeri yığınak yapıyorlardı. Tebriz'deki Alman konsolosunun Tahran'daki Alman Büyükelçiliğine gönderdiği telgrafta, Rusların hem Güney Azerbaycan'a hem de Osmanlı sınırına asker sevk ettiğini bildiriyordu (BOA. DH. EUM. 2. Şube. 1/13). Bölgedeki Rus askeri yığınağı Hoy ile Salmas arasındaki bağlantıyı tamamen koparmıştı (BOA. DH. EUM. 2. Şube. 1/15).

Güney Azerbaycan'a ve Osmanlı sınırına yerleşen Ruslar, Osmanlı Devleti'ni tedirgin ediyordu. Çünkü bir süre sonra Ruslar, Musul'u da tehdit edebilirlerdi. Ayrıca Ruslar, Güney Azerbaycan'da bulunan Osmanlı uyrukluları ile konsoloslar üzerinde baskı kurmaya devam ettiler. Urmiye'deki Rusya sefir muavini Bay Vedensky'nin bölgede bulunan Osmanlı uyrukluları ile konsolosunun silahsızlanmasını validen istemesi ve bu isteklerinin yerine getirilmemesi halinde Rus askerlerinin zor kullanarak bunu yerine getireceklerini bildiriyordu. Buna karşılık Osmanlı Devleti harekâta geçti. Osmanlı Devleti'nin bu girişimine karşılık İran hükümeti tedirgin oldu ve Rusya'nın bölgedeki faaliyetlerinin sona ermesi için Dışişleri Bakanı Ala es Saltana aracılığıyla 16 Ekim 1914'de Rus orta elçisine uyarıda bulunuldu. Ala es Saltana, uyarısında tarafsız bir ülkede bulunan yabancı bir devletin konsolosuna karşı düşüncesiz bir hareket olduğunu bildirmiş, ayrıca bölgede asayiş bozan silahlı Osmanlı uyrukluları var ise, onları silahsızlandırma görevinin Osmanlı konsolosu ile valinin görevi olduğunu belirtti (Gaunt, 2009: 39; Çam, 2016: 70). Fakat bu uyarılardan herhangi bir sonuç alınmadı. Bunun üzerine Rusların yabancılara yönelik baskıları Osmanlı Devleti'ni önlem almaya zorladı. Bu amaçla Tebriz, başta olmak üzere Güney Azerbaycan'ın diğer vilayetlerinde bulunan Alman ve Avusturya uyruklu şahıslar, Osmanlı Devleti'nin himayesine alındı (BOA. HR. SYS. 2338/26). Fakat bu durum Rusların tepkisini çekti ve Rusya'nın Tahran Sefiri, Osmanlı sefirine Alman ve Avusturya vatandaşlarının Osmanlı himayesine alınmasının Rusya'yı tahrik ettiğini ve bu duruma son verilmesini istedi. Buna karşılık Tahran sefiri Asım Bey, İran topraklarında yaşayan Alman ve Avusturya vatandaşlarının Rus zabıtlarının baskısına maruz kaldıklarını, Rusların bu baskılara son verdikleri takdirde Osmanlı Devleti'nin de Alman ve Avusturya vatandaşlarını himaye etmekten vazgeçeceğini bildirdi (BOA. HR. SYS. 2119/1).

Rusların bölgedeki faaliyetlerinden rahatsız olan İran hükümeti, 31 Ekim 1914'de Dışişleri Bakanı Ala es-Saltana aracılığıyla Rus Büyükelçisi Kristovitz'e Rus kuvvetlerinin İran topraklarını boşaltmasını istedi. Devamında

Osmanlı kuvvetlerinin tarafsızlığa riayet için Rus kuvvetlerinin İran topraklarını boşaltmalarını şart koştuğunu söyledi. Rusların bu isteği kabul etmeyeceğine dair cevapları, 5 Kasım 1914'de İran Dışişleri Bakanlığına ulaştırıldı (Sarısaman, 2002: 107). Rusların bağımsız ve tarafsız bir ülkede istedikleri şekilde davranmaları İran hükümetinin bütün diplomatik girişimlerine rağmen devam etti. Dışişleri Bakanı Ala es-Saltana'nın bütün girişimleri başarısız oldu ve Rus askerleri Tebriz'de bulunan Osmanlı Konsolosluğu'na zorla girdiler. Osmanlı ve Avusturya başkonsolosunu tutuklayan Ruslar, daha sonra konsoloslukta bulunan mühür ve belgelere de el koydular. Alman konsolosu ise durumu önceden haber aldığından Amerika Birleşik Devletleri konsolosluğuna sığındı. Üstelik yabancı uyrukluları tutuklamakla da kalmayan Ruslar, yakaladıkları kişileri idam ettiler. İran hükümeti Dışişleri Bakanlığının Petrograd'daki İran orta elçisine gönderdiği telgrafa göre, Urmiye kentinde yaşayan Alman ve Avusturyalı 10 kişi Ruslar tarafından idam edilmiş, 1500 haneli 12 köy yakılmış, Osmanlı uyrukluları kuşatılmış ve telgraf hatlarına da zarar verildiğinden Türklerin akıbetleri hakkında herhangi bir malumat alınamamıştı. Ayrıca Güney Azerbaycan'daki bir Alman halı fabrikasına da Ruslar tarafından el konulmuştu (Gaunt, 2009: 47, 66-67).

Kasım 1914'ün başlarında Ruslar Tebriz'i işgal ettikten sonra Almanya, Avusturya-Macaristan ve Osmanlı konsoloslarını tutukladılar. Yine Urmiye'de bulunan Türk konsolosu vilayetten çıkardılar (Kasimov, 2000: 134). İran'ın bütün diplomatik çabalarına rağmen Ruslar bildiklerini okumaya devam ettiler. Bilhassa ülkede bulunan yabancı diplomatlara karşı baskılara devam ettiler. 17 Kasım 1914'de 300 Kazak'tan müteşekkil bir Rus birliği Hoy'daki Osmanlı şehbenderhanesine girerek binayı soydu ve şehbenderden şifreli telgrafların anahtarını almaya çalıştı. Bununla da kalmayan Ruslar, Osmanlı Tebriz Şehbenderi Atıf Bey'i, Şehbenderhane hâkimi Muzaffer Bey'i ve Avusturya'nın Tebriz konsolosunu tutuklayarak Tiflis'e gönderdiler (Sarısaman, 2002: 17). Alman Konsolosu Litten ise ABD Konsolosluğuna sığındı ve kendisinin faaliyetleri durduruldu. Ruslar, bundan sonra Almanları daha sıkı takip etmeye başladılar. Rus Konsolosu Orlova göre Rus baskılarının giderek artmasının bazı sebepleri vardı. Orlov, Almanların, Farsların hayat düzenini bozduğunu ve Farsların hayatının tek teminatçısının Ruslar olduğunu belirtti. Ruslar, Türk konsolosluğunun da Alman menşeli silahlardan faydalandığını söylüyorlardı. Bunun dışında Almanların 1910 yılında kurdukları iplik fabrikasından, Rusların silah ambarına yer altı yolları yaptıklarını ve bu yolları kullanarak Rus silah fabrikalarını patlatıp Rusya-İran arasında münakaşaya sebebiyet verebileceğini düşünüyorlardı (Kasimov, 2000: 134). Bundan dolayı Rusya, bu konsolosların faaliyetlerini Güney Azerbaycan ve Urmiye'de bir tehdit olarak görüyordu. Buna karşılık Rusya'nın bölgede sebep olduğu olaylar hakkında Tahran'daki Osmanlı Sefiri Asım Bey, Tebriz'de Osmanlı Başkonsolosluğunun Rus askerleri tarafından basılması sebebiyle Ala es Saltana'ya gönderdiği protesto yazısına aldığı cevap mektubunda, İran'ın tarafsız olduğunu, Rusya'nın bölgede sebep olduğu olaylardan sorumlu tutulamayacağını söyledi (Gaunt, 2009: 69). Buna karşılık yerel halk harekete geçti. Tebriz, Urmiye ve Salmas gibi vilayetlerde Ruslar aleyhinde gösteriler düzenlendi (BOA. HR. SFR. (20), 119/99) ve Rus yanlısı Azerbaycanlı yöneticilere karşı ahalide derin bir nefret uyanmakta olduğu açıkça görülüyordu. Tebriz'in Ruslar tarafından işgal edilmesinden sonra vilayetten daha önce göç etmeye başlayan Hıristiyan ahalinin göçü de durmuş oldu. Hatta Maraga'da yaşayan Hıristiyanlar, Tebriz'e göç etmeye başladılar. Dahası Ruslar da birçok müesseseyi Tebriz'e taşıtmayı düşünüyorlardı. Ermenilere göre Rusların Tebriz'i işgali, Güney Azerbaycan'da sükûneti sağlamıştı (Kasimov, 2000: 134). Fakat Rusların Tebriz'i işgali Osmanlı ordusunun bölgeye hareketi için hazırlıkların hızlanmasına da sebep oldu.

3.OSMANLI BİRLİKLERİNİN TEBRİZ'E GİRİŞİ VE TEBRİZ HALKININ SEVİNCİ (1915)

Ruslar Güney Azerbaycan'ı işgal ettikten sonra, gerek Osmanlı hududunu tehdit etmeleri ve gerekse bölgede asayiş sorunlarını sebebiyet vermelerinden dolayı Osmanlı birlikleri nihayet harekete geçti. Bu arada Rus ordusu, Urmiye ve Kotur gibi Osmanlı-İran hududundaki bölgelerde yığınak yapmaya devam etmekteydi. Buradaki Rus ordusunda bulunan askerlerin çoğu Bakü ve Türkistan'dan getirilmişlerdi. Bu arada İran hükümeti 1 Kasım 1914'de resmi olarak tarafsızlığını ilan etti. Fakat toprakları Rus işgali altında olmasından dolayı İran hükümetinin aldığı bu kararın pek bir geçerliliği yoktu. Aynı zamanda İran hükümeti, Rus işgallerinden dolayı Osmanlı birliklerinin de İran topraklarına gireceğinden endişeliydi. Bundan dolayı Osmanlı Devleti'ne İran'ın tarafsızlığına saygı gösterip göstermeyecekleri soruldu. Osmanlı Devleti cevaben "*Rus ordusu İran topraklarında olduğu sürece Osmanlı Devleti'nin İran'ın tarafsızlığını taahhüt edemeyeceğini*" (Kemali, 1390: 131) belirtti.

Osmanlı birliklerinin harekete geçmesi üzerine, Ruslar hudut bölgelerindeki Osmanlı topraklarına saldırmaya başladılar. Bu saldırılar, Salmas-Başkale, Urmiye-Şemdinan ve Kotur-Van gibi bölgelerden üç kol üzerinden

yapılmaktaydı. (Kenan, 1928: 111). İki ülke birlikleri bilhassa Urmiye ve Kotur ile Osmanlı hududu arasındaki bölgede çatışmalara giriyorlardı. İran hükümeti, bu durum karşısında tedirgindi ve yalnızca Rus tecavüzatına karşı savunma halinde idi. Osmanlı ve Rus birlikleri karşı karşıya gelmeden önce aslında 28 Teşrinievvel 1330 (10 Kasım 1914) tarihine kadar tek bir Osmanlı neferi İran hududunu geçmemişti. Daha doğrusu Osmanlı Devleti, Ruslarla karşı karşıya gelmek istemiyordu. Fakat Ruslar, hudut üzerinde hem Ermeni ve Nasturileri hem de bazı Kürt aşiretlerini Osmanlı Devleti'ne karşı kıskırtmaktaydılar. Bu Kürt aşiretlerinin başında Simko İsmail Ağa ile Seyyid Taha gelmekteydi. Bundan sonra 14 Ağustos 1914'de Ruslar, Muradiye kazasına tecavüzatta bulundular. Buna karşılık Osmanlı birlikleri duruma müdahale etseler de İran hududunu geçmemek için takipten vazgeçtiler. Rus tecavüzatları sonraki süreçte de devam etti: 26 Ağustos'ta Bayezid'in 26 kilometre şarkındaki Kirizan karyesine, 23 Eylül'de Başkale'ye, 25 Eylül'de ise Tergevar nahiyesine Ruslar, tecavüzatta bulundular. Hudut üzerindeki bölgelerde Rus tecavüzatları devam ederken 19 Teşrinisani (2 Aralık)' de Rusların, Bayezid-Van yolu üzerinde bulunan Çabağanak köyündeki halkı katli ettikleri haberleri geldi. Fakat Osmanlı Devleti, Azerbaycan ve Kafkasya üzerine düzenleyeceği saldırılar için gerekli hazırlıklarla meşgul olduğundan sınırdaki bu Rus tahriklerini çok fazla önemsemedi (BOA. HR. SYS. 2337/6-10).

Rusların, Ermeni, Nasturi ve bazı Kürt aşiretlerinin de desteğini alarak Osmanlı-İran hududu üzerinde saldırılarda bulunmaları ve sürekli sınırı geçmeye teşebbüs etmeleri Osmanlı birliklerinin hududu geçerek Güney Azerbaycan topraklarına girmesine sebep oldu. Osmanlı birlikleri hududu geçtikten sonra Kürt aşiret reisi Emir Haşmet başta olmak üzere Güney Azerbaycan ve İran halkı da Osmanlı birliklerini desteklediler. Bunun üzerine birlikler, Bazargan sınırından Güney Azerbaycan'a geçerek Ruslara saldırdılar. Osmanlı yanlısı bazı Kürt aşiretleri de Nasturi ve Ermenilere hücum ettiler. Böylece İran hükümetinin başından beri korktuğu ve engel olamadığı Güney Azerbaycan savaş alanına döndü (Güneyli, 2005: 27). Daha sonra Osmanlı birlikleri, hızlı bir şekilde Güney Azerbaycan'ın iç kısımlarına doğru ilerlemeye başladılar. Kısa süre sonra Ruslarla yapılan mücadele sonucunda Ruslar için önemli bir nokta olan Kotur, 1 Teşrinisani 330 (14 Kasım 1914)'da Osmanlı birlikleri tarafından zapt edildi (BOA. HR. SYS. 2108/6). Bu sırada XII. tabur ve 2 dağ bataryasından oluşan Van Jandarma Fırkası da harekâta geçti. Başkale, Saray ve Kotur arasında Ermeni ve Nasturi çetelerle Rusların 2. avcı livasından VII. ve VIII. alaylar ve Kazak alayından müteşekkil kuvvetleri ile karşı karşıya geldi. 20 Teşrinisani (3 Aralık) 1914 tarihinde burada vuku bulan muharebede Van aşiret alayları başarısız olarak geri çekilmek zorunda kaldılar. Fırkanın başarısız olmasının sebebi, aşiret reislerinin savaşmayarak bölgeden ayrılmalarından kaynaklandı. Aşiretlerin bu tavrı üzerine kendilerine ait atlar ellerinden alınarak piyade taburlarına dağıtıldı. Daha sonra da Van Aşiret Livası tamamen lağvedildi (Çakmak, 1936: 42; Bayur, 1991: 386).

Osmanlı birlikleri Güney Azerbaycan içlerine doğru ilerlemeye devam ettiler. Hedefte Savuçbulak vardı. Ruslar, telgraf hatlarını denetim altına aldıklarından bölge ile irtibat kurulamıyordu. Ayrıca önemli bir Rus kuvveti de burada bulunuyordu. Bu kuvvet, 30 Kazak ile 70 süvari, 1 mitralyöz ve 1 Rus zabitanının komutası altında 120 neferden müteşekkildi. Ayrıca Rusların 2 top ile 500 askeri de şehre beş saat mesafede bulunmaktaydılar (ATASE. 193/698). Buna rağmen Osmanlı birlikleri bölgeye ilerlemeye devam ettiler. Savuçbulak'ta Rus kuvvetleri ile karşı karşıya gelen Osmanlı birlikleri, Rusları ağır bir yenilgiye uğrattılar. Bu arada Savuçbulak civarlarında bulunan Rus Kazak birliği ile İranlı Şüca'ü-Davle'nin kuvvetleri 16 Aralık'ta mağlup edildi. Osmanlı birlikleri başarılı bir ilerleştikten sonra 22 Teşrinisani 330 (5 Aralık 1914)'da Savuçbulak'a girdiler (BOA. DH. EUM. 2.Şube. 3/13). Rus ve Şüca'ü-Davle kuvvetleri Savuçbulak'dan kaçarak birleştiler. Ruslar, kaçarken vilayeti ateşe verdiler. Bu sırada 23 esir ve 7 eski top ele geçirildi. Ayrıca Savuçbulak Rus konsolosu da bu çatışmada öldü (BOA, HR. SYS. 2338/49). Aşiret kuvvetleri ile Savuçbulak'a giren Osmanlı kuvvetleri bu sırada bazı hoş olmayan olaylara şahit oldular. Vilayete giren kuvvetlerle birlikte hareket eden aşiret mensuplarından bazıları vilayete girdikten sonra bazı Hıristiyan ve Yahudi hanelerini yağmaya teşebbüs ettiler (ATASE. 193/698). Bu sırada Rusların İran Kazak ve zabitanlarından yeni bir ordu teşkil etmek için hazırlandıkları haberleri geliyordu (BOA. DH. EUM. 2. Şb. 3/12).

Savuçbulak'ı zapt eden Osmanlı birlikleri Hoy ve Salmas'a doğru ilerlemeye devam ettiler (BOA, DH. EUM. 2. Şb. 3/12). Salmas dolaylarındaki Osmanlı kuvvetleri 2000 piyade ve süvari ile 1 bataryadan ibaretti. Burada Ruslarla karşı karşıya gelen Osmanlı kuvvetleri, Rusları burada da ağır bir yenilgiye uğrattılar. Rusların, 2 zabıt 100 kadar neferi öldürüldü. Osmanlı kuvvetlerinden ise 9 şehit ve 25 yaralı vardı. Rusların yardımına Hoy'dan başka bir Rus kuvveti gönderilince Osmanlı kuvvetleri Kotur'a çekilmek zorunda kaldı (ATASE. 193/698). Hoy ve Salmas civarında Osmanlı taarruzları devam ederken Güney Azerbaycan'ın diğer vilayetlerinde Ruslar halka zulüm etmeye

devam etmekteydiler. Nitekim Urmiye’de gücü ellerinde bulunduran Ruslar, buradaki Osmanlı şebenderliğine girerek, şebenderhaneye iltica eden bazı kişilerle beraber Şebender Kâtibi Süleyman Bey ile oğlu Mecid Bey’i tutuklayıp daha sonra da idam ettiler. Bunun dışında Hoy ve Tebriz’deki Osmanlı Şebenderliğine de Ruslar aynı şekilde tecavüzatta bulundular (BOA. HR. SYS. 2337/3).

Osmanlı birliklerinin asıl hedefi Tebriz idi. Fakat Rus taraftarlığıyla bilinen İranlı Şüca’ü-Davle, Rus kazaklarından oluşan kuvvetleriyle Meyandoab’da bulunuyordu (Kenan, 1928, s, 117). Şüca’ü-Davle, kendine destek bulmak amacıyla vilayetin ileri gelenleri ile halkı tehdit ediyordu. İran hükümeti ise bu durum karşısında tepkiliydi. Nitekim Şüca’ü-Davle’nin Ruslarla birlikte hareket etmesini Osmanlıya karşı bir plan olarak görmekteydi. Dolayısıyla Şüca’ü-Davle’nin bölgeden uzaklaştırılmasını İran Devleti’nin menfaatleri için önemli görüyordu. Çünkü İran hükümeti, Şüca’ü-Davle’nin, bölgeden uzaklaştırılmadığı takdirde İran’ın karşı karşıya kalacağı sorunların katlanacağını düşünüyordu. Bu sebeple İran hükümeti, Şüca’ü-Davle’nin bölgeden uzaklaştırılmasını Ruslardan talep etti. Görüşmeler devam ederken Şüca’ü-Davle maiyetindeki kuvvetlerle Maraga’ya doğru harekete geçti. Diğer taraftan Rus isteklerine uygun olarak Meyandoab’da bir birliği savaşa hazırlamaktaydı. Üstelik Şüca’ü-Davle, Mahabad ile Tebriz arasındaki iletişimi keserek telgraf ve posta gönderimini de işlevsiz bıraktı. İran’ın tepkilerine rağmen Ruslar herhangi bir önlem almadılar. Ayrıca Şüca’ü-Davle, amacının Tebriz’e doğru ilerleyen Kürt aşiretlerinin ilerleyişini durdurmak olduğunu söylüyordu. (Gaunt, 2009: 103-104, 109).

Şüca’ü-Davle, bir süre sonra Maraga’daki bir birliği Meyandoab’a sevk etti. Bu birlik 700 asker, 600 atlı ve 3 toptan müteşekkildi. 13 Aralık’ta Meyandoab’a ulaşan Şüca’ü-Davle, bölgedeki devlet arazilerini ele geçirerek vergi toplamaya başladı. Şüca’ü-Davle’nin bu faaliyetleri üzerine Osmanlı birlikleri, Kürt aşiretleri ile birlikte Meyandoab’a saldırdılar (Gaunt, 2009: 110-111, 152). Ayrıca bir hudut taburu ile gönüllülerden teşkil edilen Musul’dan gelen birlik de 10 Aralık 1914’te Salduz’da bulunan Rus Kazak alayını yenerek, Urmiye taraflarına çekilmelerini sağladı. Musul kolu, daha sonra Süleymaniye’den gelen başka bir Osmanlı müfrezesi ve Kürt süvarilerden oluşan bir müfreze (Çakmak, 1936: 43; Swietochowski, 1988: 113; Bruinessen, 2007: 72) ile birleşerek Ömer Fevzi Bey idaresinde Tebriz’e doğru harekete geçti. İbrahim Fevzi Efendi’nin amacı, Meyandoab’daki Şüca’ü-Davle kuvvetlerine cepheden ve Süleymaniye koluyla da sol cenahtan saldırmaktı. Cephane açısından oldukça zengin olan Ruslar, 15-16 Kanunievvel (28-29 Aralık) gecesi Debukri Aşireti Reisi Maruf Ağa’nın köyüne saldırdılar ve köyü yaktılar. Fakat çok geçmeden Matuf Ağa, İbrahim Fevzi ve Hilmi Bey maiyetindeki kuvvetlerle Ruslara saldırdılar. Osmanlı birliklerinin karşısında duramayan Ruslar, Meyandoab’a doğru kaçmak zorunda kaldılar (Kenan, 1928: 118). 30 Kânunuevvel 1914 (12 Ocak 1915)’da Tebriz’den İran hükümetine gönderilen bir telgrafta Meyandoab’da Şüca’ü-Davle’nin maiyetindeki 1100 kadar Rus ve 2000 kadar yandaşının Osmanlı birlikleriyle yaptığı çatışmada yenildikleri ve Şüca’ü-Davle’nin kaçtığı bildiriliyordu (BOA. HR. SYS. 2338/43). Şüca’ü-Davle’nin kaçışını izleyen çatışmada savaştan kaçan Meyandoab halkından kadın, erkek ve çocuk 500 kişi Cekatu Nehri’nde boğularak öldü (Gaunt, 2009: 152). Aynı şekilde Rus askerlerinden bazıları da bölgeden kaçarken nehirde boğulurken, 23 Rus askeri de esir edildi. Esir edilenler arasında birçok İranlı da bulunuyordu. Osmanlı kuvvetlerinin zayıflığı ise 6 şehit ile 7 yaralı idi. Buradaki Osmanlı kuvvetleri arasında doktor ve eczacı olmadığından yaralı askerlere gerekli müdahalede bulunulamadığından yaralılar, Savuçbulak’ta Osmanlı yanlısı olan bir şahısa emanet edildi. Ayrıca Osmanlı kuvvetleri bu muharebe sırasında 7 top, birçok tüfek, 91 sandık piyade ile 86 sandık top cephanesi, çadır, borular ve 500 İran kalpağı ve daha bir çok mühimmat ele geçirdiler (Kenan, 1928: 117- 119).

Meyandoab Muharebesi başarıyla sonuçlandıktan sonra Osmanlı birlikleri Tebriz’e doğru ilerlemeye devam ettiler. Bu sırada Ruslar da zor durumdaydılar. Çünkü Sarıkamış’ta Osmanlı kuvvetleriyle karşı karşıyaydılar. Ruslar, Mişlayevski’nin emriyle Güney Azerbaycan’da konuşlandırdıkları birliklerinin bir kısmını Sarıkamış ve Kars dolaylarına sevk ettiler (Swietochowski, 1988: 114). Rus, birliklerinin Güney Azerbaycan’dan çekilmeleri, Osmanlı birliklerinin Tebriz’e daha kolay bir şekilde ilerlemelerine olanak sağladı. Bu fırsatı kaçırmayan Ömer Naci, emrindeki aşiret kuvvetleriyle birlikte Salduz-Urmiye istikametinde hareket halinde olan kuvvetlerle Urmiye’ye girdi. Önlerinde duramayan Rus birlikleri Salmas’a çekilmek zorunda kaldılar (BOA. DH. EUM. 2. Şb. 3/ 44). Bölgenin Ruslardan temizleneceğinden emin olan Ömer Naci 2 Ocak 1915 tarihinde Başkumandanlığa gönderdiği telgrafta Musul’dan gönderilen kuvvetlerin de yardımıyla Azerbaycan’ın düşmandan kurtarılacağını bildirmekteydi. Ona göre asıl mesele bölge Ruslardan kurtarıldıktan sonra uygulanacak idare şekliydi. Ona göre uygulanacak idare tarzı halifelik makamına karşı olan sempatiyi daha da pekiştirmeliydi. Dolayısıyla herhangi

keyfi bir idareye müsaade edilmemeliydi (Sarısaman, 1995: 501).

Osmanlı birliklerinin Tebriz'e ilerleyişi karşısında tedirgin olan Şüca'ü-Davle, İran'ın sair mahallerinde konuşlanan Rus askerlerini Tebriz'e çağırdı. Fakat Rus askerlerinin Kafkasya'ya doğru çekilmelerinden dolayı bu askerlerin önemli bir gücü yoktu (BOA. DH. EUM. 2. Şb. 1/30). Nitekim Hoy'da tahmini 400, Ovacık'ta 250, Makü'de 300, Salmas'da 300, Enzeli'de 50 piyade, 80 süvari, Rumiye'de 560 süvari, 6 sahra topu, 2 cebel topu, 4 mitralyöz, Tergevar'de 120 piyade, 300 Rus süvari gücü kalmıştı. Daha sonra Ruslar, Hoy ve Salmas'daki topları da Kafkasya'ya sevk ettiler. Ruslar, Osmanlı birliklerinin Tebriz'e doğru harekâtlarını dikkatli bir şekilde takip ediyorlardı ve mağlup oldukları takdirde Osmanlı birliklerinin kendilerine taarruz edeceklerinin farkındaydılar. (BOA. BEO. 3/3).

Osmanlı birlikleri kısa süre sonra Salmas'ı zapt ettiler. Burada bulunan Rus kuvvetleri, Hoy cihetine çekilmek zorunda kaldılar. Rusları destekleyen Ermeni ve Nasturiler de paniğe kapılıp kendilerine engel olabileceklerini düşündükleri yaşlı ve çocukları da bırakıp Ruslarla birlikte geri çekildiler. Fakat bu sırada Osmanlı birlikleri tarafından yolda yakalanan bazı Ermeni ve Nasturi şahıslar cezalandırıldılar (BOA. DH. EUM. 2. Şube. 3/66). Osmanlı birliklerinin yanında Debukri ve Begzade aşiretleri de vardı. Bunlar da Salduz'a doğru gönderildiler (ATASE. 193/698). Bundan dolayı Tebriz'e giden yollar üzerindeki engellerin çoğu kaldırılmış oldu. Fakat Tebriz yolu üzerindeki Savuçbulak'a yedi saatlik bir mesafede Şüca'ü-Davle'nin 2000'e yakın kuvveti bulunuyordu. Osmanlı birlikleri kısa bir süre sonra bölgeyi Şüca'ü-Davle kuvvetlerinden temizlemeyi başardılar. Müsademe sonucunda bölgenin zapt edilmesi dışında 6 top ile külliyyetli silah ve cephane ele geçirildi (BOA. DH. EUM. 2. Şb. 3/44).

Osmanlı birliklerinin ilerleyişi karşısında tedirgin olan İran hükümeti, Osmanlı sefirinden Osmanlı birliklerinin Tebriz'e girmemesini talep etti (BOA, HR. SFR. (20) 123/14). Fakat Tebriz'i birkaç koldan saran Osmanlı birlikleri, ilerleyişlerine devam ediyorlardı. Muhtar Bey, emri altındaki 100 kadar Osmanlı neferiyle Meraga'dan Tebriz'e doğru yola çıkmıştı. Bu sırada Tebriz civarındaki Acı Köprü'de 800 civarında Rus piyade süvarisi, vilayeti müdafaa için bulunuyordu. Osmanlı birliklerinin Tebriz'e yaklaştığını anlayan Ruslar, gece yarısı Culfa yolu üzerinde bulunan Sofyan'a çekildiler. Rusların bölgeden çekilmesi üzerine Muhtar Bey, vilayetin batısında istihkâm edilmiş bölgeleri zapt ederek, Rusları firara mecbur etmiş, emrindeki neferlerle 9 Ocak'ta Tebriz'e girdi. Muhtar Bey'in Tebriz'e girişi, halkta büyük bir sevince sebep oldu. İlk etapta Tebriz'de idari işleri yönetecek bir konsolosun gerektiği düşünülerek, Urmiye konsolosu Mehmed Ragıb Bey, Tebriz şehbender vekilliğine atandı. Konsolosluğun açılışında ve sancak dikilmesi esnasında çok büyük bir tören icrasıyla top atışı yapılması istendi. Ayrıca mahalli hükümetle iyi geçinilerek ittifak edilmesi gerektiği ve Tebriz'de içilen suyun humma ve tifo hastalığına sebep olduğu haber verilerek, askerlerin ve mücahitlerin kaynatılmış su ve çay içmeleri tavsiye edildi (Ayaydın, 2016: 175).

Bu sıralarda Ömer Fevzi Bey idaresindeki birlikler de Ruslara karşı verdikleri başarılı mücadeleden sonra 12 Ocak 1915'de herhangi bir direnişle karşılaşmadan Tebriz'e girdiler (BOA. HR. SYS. 2338/50). Bundan sonra Mameş Aşireti'nin de destek verdiği Osmanlı birlikleri, Rusları takip etmeye devam ettiler (ATASE. 193/698). Osmanlı kuvvetlerinin Tebriz'i zaptı halkı sevince boğdu. Tebriz halkı Osmanlı birliklerini vilayete girişini büyük coşku ve heyecanla karşıladı. İhtişamlı bir şekilde Tebriz'e giren Osmanlı birlikleri, Tebriz halkı, Alman, Avusturya ve Amerika tebaası ile konsolos çalışanları tarafından ellerinde Osmanlı ve İran bayrakları ile tekbirler eşliğinde karşılandılar (BOA. HR. SYS. 2338/50). Tebriz'deki sevinç gösterileri iki gün devam etti. İki gün boyunca Tebriz'de yüz binlerce halk Osmanlı birliklerinin vilayete girişini kutladı (Tanin, 2 Kanunisani 1330 (15 Ocak 1915). Osmanlı birlikleri ve gazileri gayet zarif ve muhteşem bir tarzda inşa edilmiş bir takı zafer anıtının altından geçtiler. Osmanlı ve İran bayrakları altında askerler alkışlanmış ve Osmanlı askerlerine küçük kız çocukları tarafından çiçek buketleri takdim edildi ve halk, Rus zulmünden kurtulduğu için gözyaşı dökerek şöyle dua ediyorlardı:

"Cenab-ı hakka binlerce şükürler hamd ve senalar olsun daha birkaç gün evvel vahşi ve hunhar Moskof kazaklarının murdar çizmeleriyle kirlenen bu mukaddes İslâm yurdu bu gün yine İslâm mücahitleriyle tathir olunmuş ve oralarda ahaliye ulemayı diniye muessesat-ı İslâmiyeye şeref ve namus halka dakika başında vesail-i şetta ile tahkiratta bulunan İslâmiyet düşmanlarının mevcudiyetinden bir eser kalmamıştır" (Sebilürreşad, 1330 (1914): 83).

Tebriz'in zaptı hem Rusları hem de kendilerini destekleyen Ermeni ve Nasturileri şaşırttı. Bu sırada Alman konsolos, Hoy'da 16 bin Rus askerinin bulunduğunu fakat bunların çekilmek üzere olduklarını sefaretine çektiği bir telgrafta bildirmişti (BOA, HR. SYS. 2338/49; BOA, DH. EUM. 2. Şube. 3/70). Fakat Ruslar, Ermeni ve Nasturi ahaliyi de yanlarına alarak hızlı bir şekilde bölgeden çekiliyorlardı (ATASE. 197/598; BOA, DH. EUM. 2. ŞB. 4/11). Tebriz'de görevli Rus idarecileri de bölgeyi terk etmeye başlamışlardı. Nitekim Rus konsolosu Tebriz'i terk ederek Culfa'ya kaçtı. Tebriz'deki hezimetin ardından Gilan, Mazendaran ve Meşhed vilayetlerindeki Ruslar da bölgeden ayrıldılar (BOA, DH. EUM. 2. Şube. 4/13; BOA, DH. EUM. 2. Şube. 3/56).

Tebriz hezimetinden sonra Rusların İran'dan çekilmeleri, bölgedeki Ermeni ve Nasturileri zor durumda bıraktı. Bu bölgedeki Ermeniler ve Nasturiler Osmanlı birliklerinin de kendilerinden intikam alacaklarından korkarak bölgeyi terk etmeye başladılar. Ayrıca Osmanlı Devleti'ni destekleyen bazı Kürt aşiretleri civardaki Hıristiyan köylerine saldırdılar (BOA, DH. EUM. 2. Şube.4/41). Nitekim Urmiye'deki Kürt aşiretleri, Nasturiler üzerine yürüdü. Bunun üzerine zor durumda kalan 10.000 Nasturi Ruslardan yardım talebinde bulundu. Fakat birliklerini Kafkasya'ya gönderen Ruslar, Nasturilere yardım göndermediler. Bu sebeple Tergevar'da yaşayan birçok Nasturi Kürtler tarafından katledildi. Fakat daha sonra burada bulunan Rus konsolosu, Urmiye'deki Nasturilere silah dağıttı. Silahlandırılan bir grup Urmiye Hristiyan'ı, Kürtleri bölgeden uzaklaştırmayı başardı (Sykes, 1921: 437). Buna rağmen birçok Ermeni ve Nasturi bu olaylar sırasında hayatını kaybetti. Bir kısım Ermeni ve Nasturi de Kürt aşiretlerinin saldırılarından kaçarak Amerikan hastanesinin bahçesine sığındılar (Güneyli, 2005: 28).

Tebriz'in zaptından sonra Hamidiye Kürt alaylarının da destek verdiği Van Jandarma Fırkası, Dilman üzerine yürüdü. Fırka, 4 Kanunisani 1330 (17 Ocak 1915)' de Dilman'ı zapt ettikten sonra Hoy cihetine doğru ilerlemeye başladı. Kısa bir süre sonra Hoy'un 20 kilometre batısında bulunan bölge zapt edildi. Buradaki müsademe sonucunda 7 Kazak askeri öldürüldü ve birçok cephane ile tüfenk ele geçirildi. Aşiret süvarilerinden ise 1 şehit ve 1 de yaralı vardı. Ayrıca Savuçbulak aşiret süvarilerinin de katılımıyla 1000'e yakın süvari ile Tebriz ile Hoy arasında bulunan Rus Kazak alaylarına hücum edilecekti (BOA, DH. ŞFR. 458/41) Fakat bazı Kürt aşiretlerinin taraf değiştirip Rusları desteklemesiyle Hoy üzerine gerçekleştirilmesi planlanan saldırı sonuçsuz kaldı (Gaunt, 2009: 178).

Osmanlı birlikleri Tebriz ve çevresini zapt ettikten sonra bölgede asayiş bozan bazı işlere karıştılar. Osmanlı birliklerinin kumandanı, henüz Tebriz'i yeni zapt etmişken şehir ahalisinden bir milyon tuman harp vergisi topladı. Bu vergiyi veremeyen ya da vermek istemeyen ahali, aşairin tecavüzlerine maruz kaldı. Bunun dışında vilayet de görevli Kazak alaylarının silahlarına el konulduktan sonra Rus konsoloshanesi de yerle bir edildi (BOA, DH. ŞFR. 52/269) Yine Güney Azerbaycan'ın diğer vilayetlerin de de benzer hadiseler yaşandı. Urmiye'de yirmi otuz civarında Osmanlı askeri yağma yaparken görülmüştü. Buna karşın İbrahim Fevzi Efendi, Osmanlı adaletini örnek göstererek "yağmacılığı" kaldırarak Urmiye'yi bundan kurtardığını söylüyordu. Ayrıca İbrahim Fevzi, bazı Osmanlı memur ve askerlerinin "irtikâp ve mezalim" yapmalarını ise engellemeye çalışmış fakat başarılı olamamıştı. Ayrıca İbrahim Fevzi, Osmanlı askerlerinin sebep oldukları olayların sona erdirilmesi için bu olaylara karışan askerlerin Divan-ı Harp kurularak cezalandırılmaları gerektiğini düşünüyordu (BOA, DH. EUM. 2. Şube. 5/90). Konsolos Ragıp Bey de Osmanlı askerlerinin vilayette sebep oldukları olayların son derece hoş olmayan olaylar olduğunu rapor ederken (BOA, HR. SFR.(20) 123/14) Tahran Sefiri Asım Bey de yaşanan bu olaylardan şikâyetçiydi. Asım Bey, yağma, gasp ve idamlara son verilmediği takdirde İran ahalisinin Osmanlı aleyhine dönebilir diyordu. Dolayısıyla Osmanlı birliklerini kontrol altına alacak bir kumandanın bölgeye gönderilmesi gerektiğini düşünüyordu (Ayaydın, 2016: 178). Asım Bey'in yapılan yanlışlardan dolayı ahalinin Osmanlı aleyhine döneceği tahmini bir süre sonra gerçekleşmeye başladı. Bundan sonra yaşanan başka bir hadise ahalinin tepkisinin daha da artmasına sebep oldu. Osmanlı kuvvetleri Tebriz'e girdiğinde ahali, Rus zulmünden kurtulduğu için hoş karşılanmıştı. Fakat Tebriz'in zaptı sırasında şehit olan İsmail Hakkı Bey'in çantasında bulunan bazı evraklar İranlıların eline geçmişti. Bu evraklar içerisinde bulunan bir harita İran dâhilinde zapt edilecek bölgeleri gösteriyordu. Bu durum ahalinin Osmanlı kuvvetlerine işgalci gözüyle bakmasına ve ahalden bazısının Osmanlı aleyhine dönmesine sebep oldu (ATASE. 195/250).

Osmanlı birlikleri Tebriz'i zapt ettikten sonra İran hükümeti, ilk etapta tepki göstermedi. Fakat Sarıkamış Seferi'nin facia ile neticelenmesinden sonra 21 Ocak 1915'te muhtemelen Rus korku ve baskısı ile Osmanlı Devleti'ne nota verdi (Bayur, 1992: 387). Notada Osmanlı birliklerinin Güney Azerbaycan ve Kürtlerin yoğun

olarak yaşadıkları yerleşim yerlerinin hudutlarını geçtiğini ve bu durumun İran Devleti'nin tarafsızlığını ihlal ettiğini belirten İran hükümeti, Osmanlı Devleti'nin maksadının ne olduğunu soruyordu (BOA, HR. SFR. (20)., 123/69; BOA, HR. HMŞ. İŞO. 210/11; DH. EUM. 2. Şube, 4/9). Osmanlı Devleti 21 Kanunisi 1915 (3 Şubat 1915) 'de cevaben, İran'ın istiklalinin temininin Osmanlı Devleti'nin temel amaçlarından olduğunu, İran Devleti'nin Osmanlı Devleti'nden ziyade İngiltere ve Rusya devletlerinin hücum ve tecavüzatına maruz kaldığını belirttiikten sonra Rusya'nın Güney Azerbaycan'ı işgal etmesinin hududumuzun harp alanı haline gelmesine sebep olduğunu vurguladı. Daha sonra Rusya'nın Türkistan ve Bakü'den getirdiği kıtaatının, Rumiye ve Kotur'da Osmanlı hududuna yerleştirerek hududumuzu filen tehdit ettiğini, üstelik tek bir Osmanlı askerinin İran arazisine tecavüz etmemesine rağmen Rus askerlerinin Rumiye, Dilman, Selmas ve Kotur havalisinde bulunarak her an hududu geçmeye ve sınır boylarındaki bazı Osmanlı unsurlarını tahrik etmeye çalışarak, İran genelinde Osmanlı aleyhine faaliyette buldukları vurgulandı (BOA. HR. SFR. (20) 123/69). Fakat İran hükümeti, Osmanlı hükümetine herhangi bir karşılık vermedi. Bunun üzerine Osmanlı hükümeti, bu durumu Azerbaycan'daki vuruşmaların haklı olduğu yönünde kanıt olarak kullandı (Bayur, 1992, s. 387). İran Devleti İstanbul Sefareti ise, Dâhiliye Nezaretine gönderdiği telgrafta İran topraklarının Osmanlı birlikleri tarafından işgal edilmesine teşebbüs edilmesini Rus ve İngilizlere karşı müşkül duruma düşüleceğini söyleyerek (BOA. DH. EUM. 2. Şube. 4/9) kaygılarını ilettiler. Ayrıca Osmanlı birliklerinin Güney Azerbaycan'a girse de Azerbaycan'daki İran birliklerinin komutanlarına ve İran'ın içişlerine karışmamaları yönünde uyararak, İran'ın bağımsızlığının korunması ve özgürlüğünün sağlanmasını istedi. Osmanlı hükümeti ise cevaben, İran hükümetinin isteklerine karşılık İran'ın zararına hiçbir şeyin amaçlanmadığı, İran topraklarını işgal amacının güdülmediğini bildirdi (Gaunt, 2009: 162).

İran hükümeti ile Osmanlı hükümeti arasında görüşmeler devam ederken Ruslar, çekildikleri bölgeleri geri almaya hazırlanmaktaydılar. Osmanlı'nın Kafkasya'daki rehberi ve Jöntürklerin önderlerinden Ömer Naci, bu sırada İTK müfettişi olarak atandı. Bu atama, Osmanlıların Kuzey ve Güney Azerbaycan'ı birleştirme isteklerini ve bunun da ancak Osmanlı himayesinde gerçekleşebileceği ümidini taşıyordu. Ömer Naci, Bakü'ye hareket için Şahseven Aşireti'nden adam toplamaya başladıysa da (Swietochowski, 1988: 114) Ruslar, Tebriz'in tekrar ele geçirilmesi için harekete geçtiler. Bunun üzerine Çernozobof, maiyetindeki Rus kuvvetleri, Sofiyan yakınlarındaki Osmanlı birliklerine saldırdılar. Ermeni ve Nasturi güçlerle de desteklenen Rus kuvvetleri, 400 süvari, 1000 piyade, 2 mitralyöz ve toptan oluşurken, Osmanlı kuvvetleri, Savuçbulak'taki Debukri Aşireti mensuplarının olduğu 400 Kürt atlısı ile 600 piyade ile süvariden ibaretti. Bu şartlar altında Ruslarla karşı karşıya gelen Osmanlı birlikleri, ağır bir hezimete uğradılar. Bunun üzerine Hilmi Efendi kumandasındaki Osmanlı kuvvetleri, Rus kuvvetleri karşısında geri çekilerek Serderud köyüne çekildiler (Ayaydın, 2016: 247). 28 Ocak'da Sofyan'ı ele geçiren Ruslar, 29 Ocak'ta Savlon'a girdiler. Ruslar ileri harekâtlarına devam ederek Kotur Boğazı ve bir kısım kuvvetle de Salmas'a doğru ilerlediler. Osmanlı birlikleri de Kuşçu Gediği'nde Urmiye'yi müdafaaya çalışmaktaydılar (ATASE. 197/598) Rus ilerleyişi karşısında tutunamayan Ömer Fevzi, 29 Ocak'ta Savuçbulak'a çekildi ve 30 Ocak'ta Ruslar tekrar Tebriz'i işgal ettiler (Çakmak, 1936: 43-44).

Ruslar, Tebriz'e doğru ilerlerken yanlarında silahlı Ermeniler de vardı. Bu sırada Rus ordusunun biri eski Tahran'daki İran Kazakları Tugayı eski komutanı Liakhoff başta olmak üzere iki komutanca idare edildiği tahmin ediliyordu. Ruslar vilayete girmeden evvel Bakırlu ve Tepebaşı köylerini ateşe verdiler. Alevler, 50 köy sakinini yok etti. Bunlar karşısında Ruslara direnen Kahraman Han, onlara saldırarak kaçmaya zorladı (Gaunt, 2009: 174-175). Bunun dışında Urmiye'den Culfa'ya doğru giden Ruslar, Hoy ve Salmas çevresinde köyleri yakmış ve kendileri ile birlikte hareket eden Nasturiler de çevrede katliamlar yaptılar (Sykes, 1921: 438). Ruslar Tebriz'i tekrar işgal ettikten sonra, Osmanlı kumandanlarının bazı aşiret reislerini rencide etmelerine bağlı olarak, aşiretlerin dağılımları ve bazı kumandanların ahali üzerinde yaptığı baskı sebep olarak gösterildi. Bunun dışında Tebriz Hâkimi Serdar Reşid'in Rusları desteklemesi de Tebriz'in kaybedilmesinde büyük katkısı vardı (BOA, HR. SFR. (20) 123/10). Aslında Serdar Reşid, Osmanlı Devleti tarafından Ruslara düşman olarak bilinen ve hatta Ruslara karşı ciddi mücadele eden biri olarak tanınıyordu (BOA. HR. SFR. (20) 124/4). Fakat sonradan durumun düşünüldüğü gibi olmadığı ortaya çıktı. Ruslar Tebriz'e dâhil olduktan sonra tekrar Tebriz'de kendi kanunlarını uygulamaya koydular. Şehirdeki Alman ve Avusturyalı kimseleri tutsak eden Ruslar, ayrıca "Petag" adlı Alman fabrikasına el koymaya çalıştılar. Bu duruma Amerika orta elçisi Caldwell tepki gösterdi. Çünkü adı geçen halı fabrikası Tebriz Amerikan konsolosluğunun korumasına bırakılmıştı. Caldwell, bu tür eylemlerin İran'ın tarafsızlığına aykırı olduğunu belirterek, el koyma işlemine son verilmesini istedi. Caldwell'in tepkileri sonuç vermiş, Petrograd

ve Tebriz'den gelen bilgilere göre söz konusu şirketin dairelerinin geçici olarak ele geçirildiği ve halı stokunun yediemine bırakıldığı bildirildi. Savaş bittikten sonra ise malların sahiplerine geri iade edileceği bildirildi. Ruslar, el koymanın sebebini de Alman konsolosu ile iki yurttaşının Rusya aleyhinde faaliyetlerde bulunmasıyla açıkladılar (Gaunt, 2009: 179-180, 184-185).

SONUÇ

Birinci Dünya Savaşı'ndan etkilenen devletlerden biri de İran'dır. XIX. yüzyılın başlarından itibaren bilhassa Avrupalı devletlerin dikkatini çeken İran, hem bulunduğu konum itibarıyla hem de içerisinde barındırdığı etnik ve dini gruplardan dolayı önem kazanmaya başladı. İran sınırları içerisinde yer alan Güney Azerbaycan'da doğal olarak Avrupalı devletlerin dikkatlerinden kaçmadı. Güney Azerbaycan da içerisinde barındırdığı etnik ve dini gruplardan dolayı Avrupalı devletlerin hedefi konumuna geldi. Bu dini ve etnik gruplar üzerinde ilk etapta misyonerler çalışmaya başladılar. Bundan sonra da bölgede huzursuzluk hiçbir zaman son bulmadı.

XIX. yüzyıldan sonra İran'a karşı başarılı operasyonlar yürüten Rusya, güneye doğru inmeye başladıktan sonra İran'ın bazı bölgelerini işgal ederek siyasi ve iktisadi olarak da bölgede etkili olmaya başladı. 1907 Rus-İngiliz Antlaşması ile de Güney Azerbaycan üzerinde nüfuz sahibi olan Rusya, bölgeyi işgal etmeye başladı. Bu tarihten sonra Güney Azerbaycan'daki dini ve etnik gruplar arasındaki çatışmalar artmaya başladı. Özellikle bölgedeki bazı Kürt aşiretleri ile Ermeni ve Nasturiler arasında zaman zaman çatışmalara yaşandı ve bu olaylar sonucunda bölgedeki istikrar ortamı bozulmaya başladı.

Birinci Dünya Savaşı başladıktan sonra da Rusya, Güney Azerbaycan'da hem asker sayısını arttırdı hem de bölgedeki işgallerini genişletti. Ayrıca Rusya, bölgedeki Ermeni, Nasturi ve bazı Kürt aşiretlerinden çeteler teşkil ederek bölgedeki Osmanlı yanlısı Müslüman halka saldırılarda bulunmaya başladı. Ermeni ve Nasturi çeteler bilhassa Osmanlı Devleti'ni destekleyen bazı Kürt aşiretlerine saldırıyorlardı. Ayrıca Rusya, Ermeni ve Nasturi çeteleri kullanarak Osmanlı-İran sınırındaki bölgelerde asayışı bozmaya başladılar. Osmanlı Devleti, Rusya'nın bölgedeki faaliyetlerine set çekmek amacıyla bölgeye birlikler sevk etti.

Rusya'nın tahrikleri sonucu Osmanlı Devleti'nin Güney Azerbaycan'a birlikler sevk etmesi, bölgenin savaş alanı haline gelmesine sebep oldu. Bundan dolayı bölgede etnik çatışmalar daha da arttı ve binlerce insan bu çatışmalarda hayatını kaybetti. Rusya'nın Ocak 1915'de Osmanlı ve Rusya devletleri arasında vuku bulan savaş sonucu Rusya, Kafkasya'ya birliklerini sevk etmesine karşın Osmanlı devleti, Tebriz'i zapt etti. Tebriz'in zaptı, vilayetdeki Müslüman halkı mutlu ederken Ermeni ve Nasturileri tedirgin etti. Osmanlı Devleti'nin kendilerinden intikam alacağını düşünen Ermeni ve Nasturiler, Rusya'ya göç etmeye başladılar. Kürtler ise bu fırsattan istifade ederek Ermeni ve Nasturi yerleşimlerini yağmalamaya başladılar. Fakat Kafkasya'da durumun Rusya lehine değişmesiyle Ruslar yeniden Güney Azerbaycan'a birlikler sevk ettiler. Kısa bir süre sonra Tebriz'i tekrar işgal eden Ruslar, bölgedeki Müslüman halka saldırmaya devam ettiler. Bu sefer de bölgedeki Müslümanlar yerlerini terk etmeye başladılar.

KAYNAKÇA

Arşiv Kaynakları

ATASE (Genelkurmay Askeri Tarih ve Stratejik Etüt Daire Başkanlığı Arşivi)

Klasör No: 193 Dosya No: 698;

Klasör No: 197 Dosya No: 598;

Klasör No: 195 Dosya No: 250

BOA (Başbakanlık Osmanlı Arşivi),

BEO. (Bab-ı Ali Evrak Odası) 4152/311344, 3986/298921, 4292/32137, 3/3, 4157/311774

BOA. A. MKT. MHM., (Sadaret, Mektubî Mühimme Kalemi Evrakı) 743/26; 743/25

BOA. DH. EUM. 2. ŞB., (Dâhiliye Nezareti, Emniyet-i Umumiye, İkinci Şube Belgeleri) 1/2, 1/13, 1/15, 3/13, 3/12, 1/30, 3/66, 3/70 4/41, 4/11, 4/13, 3/56, 5/90, 4/9,

BOA. DH. KMS., (Dahiliye Nezareti Kalem-i Mahsus) 3/37, 18/16

BOA. DH. SYS., (Dâhiliye Nezareti, Siyasi Kısım Belgeleri) 7/2-1

BOA. DH. ŞFR., (Dâhiliye Nezareti Şifre Kalemî) 40/109, 458/41, 52/269
BOA. HMŞ. İŞO., (Dahiliye Nezareti Hukuk Müşavirliği İstişare Odası) 210/11
BOA. HR. SFR (1)., (Hariciye Nezareti Petersburg Sefareti) 171/20
BOA. HR. SFR (3)., (Hariciye Nezareti Londra Sefareti) 700/6
BOA. HR. SFR (20)., (Hariciye Nezareti Tahran Sefareti) 119/99, 123/69, 123/10, 124/4, 123/14
BOA. HR. SYS., (Hariciye Nezareti Siyasi Kısım Belgeleri) 2338/26, 2119/1, 2337/6-10, 2108/6, 2338/49, 2337/3, 2338/43, 2338/50, 2338/50
BOA. A.). MKT. MHM. (Mühimme Kalemî Evrakı) 743/16, 743/26
BOA. Y.MTV., (Yıldız, Mütenevvi Maruzat) 306/5

Sürelî Yayınlar

İkdam

İslâm Mecmuası

Sebilürreşad,

Tanin

Kitap ve Makaleler

- Abrahamian, E. (1969). The Crowd in the Persian Revolution, *Iranian Studies*, C: 2/4, pp. 128-150.
- Abrahamian, E. (2008). *A History Of Modern Iran*, Cambridge Press, Newyork.
- Albayrak, K. (1997). *Keldaniler ve Nesturiler*, Vadi Yayınları, Ankara.
- Andreeva, E. (2007). *Russia and Iran In The Great Game*, Routledge Studies In Middle Eastern History, London and Newyork.
- Atabaki, T. (2007). Ethnic Diversity and Territorial Integrity of Iran: Domestic Harmony and Regional Challenges”, *Iranian Studies*, C: 38 (1), pp. 23-44.
- Atabaki, T. (2010). I. Dünya Savaşı, Büyük Devletler Arasındaki Çekişmeler ve İran’da Siyasal Toplumun Doğuşu, *İran ve Birinci Dünya Savaşı, Büyük Güçlerin Savaş Alanı*, (Çev: Gül Çağalı Güven), Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, ss. 1-9.
- Atayi, A.; Nouri, D. (2016). “Britain and Germany’s Policies in the Fars Province During World War I”, *Biannual Research Journal of Iran Local Histories*, S: 4/2, pp. 71-79.
- Attar, A. (2006). *İran’ın Etnik Yapısı*, Divan Yayıncılık, Ankara.
- Avşar, S. (2003). “Birinci Dünya Savaşı’nda Rus Propaganda Faaliyetleri Ve Osmanlı Devleti”, *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi (OTAM)*, S: 14, ss. 65-127.
- Ayaydın, R. (2016). Birinci Dünya Savaşı’nda İran’da Cihad-ı Ekber Faaliyetleri, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Azeri, A. (1995). *Azadistan Devleti ve Şeyh Muhammed Hıyabani 1918-1920*, Elila Elektronik İletişim Ajansı, Ankara.
- Bayur, Y. H. (1991). *Türk İnkılâbı Tarihi (1914-1918)*, C: 3/3, Türk Tarih Kurumu, Ankara.
- Blaga, R. (1997). *İran Halkları El Kitabı*, Yeni Zamanlar Dağıtım, İstanbul.
- Bruinessen, M. V. (2010). 20. Yüzyılın Başında Türk-İran Sınırında Bir Kürt Müttegallibe, *İran ve Birinci Dünya Savaşı, Büyük Güçlerin Savaş Alanı*. (Çev: Gül Çağalı Güven), Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, ss. 71-99.
- Cezani, B. (2014). *İran Meşrutiyet Devrimi (1906-1911)*, Kaynak Yayınları, İstanbul.
- Çakmak, F. (1936). *Büyük Harpte Şark Cephesi*, Genel Kurmay Matbaası, Ankara.
- Çam, M. M. (2016). *İran’da İstihbarat Savaşı, Birinci Dünya Savaşı’nda İran Cephesindeki Psikolojik Harp Faaliyetleri*, İlgî Kültür Sanat Yayınları, İstanbul.
- Djalili, M. R.; Kellner, T. (2011). *İran’ın Son İki Yüzyıllık Tarihi*, (çev: Reşat Uzmen), Bilge Kültür Sanat Yayınları, İstanbul.
- Erwand, A. (1969). The Crowd in the Persian Revolution, *Iranian Studies*, 2/4, 128-150.

- Ettehadıyyeh, M. (2010). İran Geçiçi Hükümeti, *İran ve Birinci Dünya Savaşı, Büyük Güçlerin Savaş Alanı*, (çev: Gül Çağalı Güven), Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, ss. 9-29.
- Gaunt, D. (2009). *İran İmparatorluğu Dışişleri Bakanlığı Diplomatik Belgeleri, İran'ın Tarafsızlığı*, (çev: Bilge Bulut), Pencere Yayınları, İstanbul.
- Güneyli, Y. (2005). I. Dünya Savaşı'nda Güney Azerbaycan'da Osmanlı-Rus Rekabeti, *Güney Azerbaycan Sosyal, Kültürel ve Siyasal Araştırmaları Dosyası*, Güney Azerbaycan Tanıtım Cemiyeti, Ankara, ss. 21-39.
- Hafeziniya, M. R. (2017). *İran Jeopolitiği ve Siyasal Coğrafyası*, İraniyat Yayınları, Ankara.
- Hasanlı, C. (2005). *Soğuk Savaşın İlk Çatışması İran Azerbaycanı*, İstanbul.
- Hülagü, M. (1994). *Pan-İslamist Faaliyetler*, Boğaziçi Yayınları, İstanbul.
- İran Azerbaycanı Tedkik Raporu*. (1927). Erkan-ı Harbiye-i Umumiye Matbaası, Ankara.
- Karabalık, K. (2019). Birinci Dünya Savaşı'nda Güney Azerbaycan, Doktora Tezi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Karacagil, K. (2014). "I. Dünya Savaşı'nda Osmanlı Devletinin İran'la İttifak Kurma Arayışları", *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi (OTAM)*, S: 36, ss. 95-116.
- Kasimov, M. (2000). *Birinci Dünya Muharibesi İllerinde Büyük Devletlerin Azerbaycan Siyaseti 1914-1918 Yıllar*, Adiloğlu Neşriyat, Bakü.
- Kemali, H. (1390). "Nekze Bi Terefiye İran Cenge Cehane Evvel ve Peyamedhaye An", *Fesnameye Mutaalate Siyasi*, S: 4/14, ss. 100-127.
- Kenan, M. (1928). *Büyük Harpte İran Cephesi*, Cilt: 1, Büyük Erkânı Harbiye Reisliği, Ankara.
- Kesrevi, A., (1344). *Tarih-i Meşrûta-yı İran*, C: 2, İntişarat-ı Emir Kebir, Tehran.
- Kızılkaya, O.; Akay, T. (2014). *İran Ordusu ve İran Azerbaycanı*, Son Çağ Yayıncılık, Ankara.
- Larcher, M. (1927). *Büyük Harpte Türk Harbi*, (Çev. Mehmet Nihat), C: 2, Matbaa-i Askeriye, İstanbul 1927.
- Larcher, M. (1927). *Büyük Harpte Türk Harbi*, C: 2, (Çev: Mehmet Nihat), İstanbul.
- Paine, C.; Schoenberger, E. (1975). Iranian Nationalism and the Great Powers: 1872-1954, *MERIP Reports*, 37, 3-28.
- Sahir, H. (1934). İran Azerbaycan'ı Tabii Coğrafyası, *Azerbaycan Yurt Bilgisi*, 1-3/1-36, Burhanettin Matbaası, İstanbul, ss. 183-190.
- Saray, M. (1999). *Türk-İran İlişkileri*, Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları, Ankara.
- Sarıkcıoğlu, M. (2010). Birinci Dünya Savaşı Yıllarında İran, *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S: 2/25, ss. 45-71.
- Sarısaman, S. (1995). "Ömer Naci Bey Müfrezesi", *Atatürk Yolu Dergisi*, C: 4, S:16, ss. 501-513.
- Sarısaman, S. (1996). "Birinci Dünya Savaşı Sırasında İran Elçiliğimiz İle İrtibatlı Bazı Teşkilat-ı Mahsusa Faaliyetleri", *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi (OTAM)*, C: 7, S: 7, ss. 209-217.
- Sarısaman, S. (2002). Birinci Dünya Savaşı'nda Osmanlı İran Siyasî İlişkileri, *XIV. Türk Tarih Kongresi*, S: 3 (1), ss. 103-150.
- Smirnoff, K. (1928). *İranlılar, İran'ın Etnoğrafi Vaz'iyyeti, Akvam ve Kabaili*, (Çev: Mütেকaid Kâim-makam Nazmi), Askeri Matbaa.
- Stoddard, P. H. (1993). *Teşkilat-ı Mahsusa*, (Çev: Tansel Demirel), Arba Yayınları, İstanbul.
- Swietochowski, T. (1988). *Müslüman Cemaatten Ulusal Kimliğe Rus Azerbaycan'ı 1905-1920*, (çev: Nuray Mert), Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Sykes, P. (1921). *A History of Persia*, C: 2, London.
- Sykes, P. M. (1341). *İran Tarihi (Harb-i Umumi'de İran)*, (çev: Yüzbaşı Mehmed Cemal), İstanbul.
- Ünal, F. (2006). Şikak Aşireti ve Reisi Simko Lakaplı İsmail Ağa'nın Faaliyetleri, *Tarih Dergisi*, C: 0/44, ss. 169-198.
- Yeşilot, O. (2008). Türkmençay Antlaşması ve Sonuçları, *A.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, S: 36, ss. 187-199.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:16.08.2020 ✓Accepted/Kabul:29.04.2021

DOI:10.30794/pausbed.781192

Araştırma Makalesi/ Research Article

Islam, M. N. (2021). "Turkish Charm and Public Diplomacy: A Literature Review and Critical Assessment on Turkish Soft Power in The Middle Eastern Countries" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 175-187.

TURKISH CHARM AND PUBLIC DIPLOMACY: A LITERATURE REVIEW AND CRITICAL ASSESSMENT ON TURKISH SOFT POWER IN THE MIDDLE EASTERN COUNTRIES

Md. Nazmul ISLAM*

Abstract

The history, political values, economy, foreign policy, culture and geography is a very important tool to exercise the consistent soft power policy and strategy in the world where Turkey's soft power has that kind of capacity that comes from its "history, culture and geography". The new Turkish domestic and foreign policy shows that the policy of the current Turkish government is very effective and strategic to apply their charm in foreign policymaking. The area of Balkans, Caucasus, Middle East, Africa, South/Southeast Asia and South America are not out of Turkish soft power policy involvement, engagement and participation even the new Turkish public diplomacy is covering and expanding its soft power impacts on this society very excellently and efficiently. The last decade's Turkish policy engages with their old allies and continues their relations using countless soft power policies and strategies which shows that Turkey as a new emerging actor from the regional and global context. The main argument of this paper is to show Turkey's soft power policy towards Middle Eastern countries by identifying the Turkish common historical, geographical, religious, cultural, economic and political ties with this region. Accordingly, this paper further analyzes and argues the Turkish Soft Power Policy by taking case assessments and reviews in the literature to explore the economic, political influence like a democratic and economic model to some extent and cultural impacts particularly in lieu of the current government soft power policies, practices and strategies of AKP model, historical ties, Turkey's humanitarian assistance, TİKA's development works, the activities of Yunus Emre Institute, YTB scholarship, Turkish Religious Foundation (Diyanet Vakfi) humanitarian and religious roles and also the Turkish Drama Series impacts on the Middle Eastern societies.

Keywords: *Turkish Soft Power Policy, Middle Eastern Countries, Turkish Soft Power Institutions, Turkish Foreign Policy and Public Diplomacy.*

TÜRK TİLSİMİ VE KAMU DİPLOMASİSİ: ORTA DOĞU ÜLKELERİNDE TÜRKİYE'NİN YUMUŞAK GÜCÜNE İLİŞKİN BİR LİTERATÜR İNCELEMESİ VE ELEŞTİREL DEĞERLENDİRME

Öz

Tarih, siyasi değerler, ekonomi, dış politika, kültür ve coğrafya, Türkiye'nin yumuşak gücünün "tarihinden, kültüründen ve coğrafyasından" gelen bu tür bir kapasiteye sahip olduğu dünyada tutarlı yumuşak güç politikası ve stratejisini uygulamak için çok önemli bir araçtır. Türkiye'nin yeni iç ve dış politikası, mevcut Türk hükümet politikasının, dış politika yapımında ülkenin çekiciliğini çok etkili ve stratejik olarak kullanıldığını göstermektedir. Balkanlar, Kafkaslar, Ortadoğu, Afrika, Güney/Güneydoğu Asya ve Güney Amerika bölgeleri, Türkiye'nin yumuşak gücünün etkileri dışında kalmamaktadır. Türkiye yeni kamu diplomasisinin kapsayıcılığı, angajmanı ve katılımı etkin bir şekilde toplumu kapsamakta ve genişlemektedir. Son on yılın Türk politikası, eski müttefikleriyle ilişki kuruyor ve sayısız yumuşak güç politikası ve stratejisi kullanarak ilişkilerini sürdürüyor, bu da Türkiye'nin bölgesel ve küresel bağlamda yeni ortaya çıkan bir aktör olduğunu gösteriyor. Bu makalenin ana argümanı,

*Assistant Professor Dr., Ankara Yıldırım Beyazıt University, Faculty of Political Science, Department of Political Science and Public Administration, ANKARA.
e-mail: nazmulislamglobal71@gmail.com, (<https://orcid.org/0000-0002-8660-0415>)

Türkiye'nin Ortadoğu Bölgesiyle olan ortak tarihi, coğrafi, dini, kültürel, ekonomik ve siyasi bağlarını belirleyerek, Türkiye'nin Ortadoğu ülkelerine yönelik yumuşak güç politikasını göstermektedir. Buna göre, bu makale, bir ölçüde demokratik ve ekonomik bir model gibi ekonomik, siyasi ve kültürel etkileri özellikle mevcut hükümetin yumuşak güç politikaları çerçevesinde araştırmak üzere literatürdeki vaka değerlendirmelerini ve incelemeleri alarak Türk Yumuşak Güç Politikasını daha ileri düzeyde AKP modelinde tarihi bağlar, Türkiye'nin insani yardımları, TİKA'nın kalkınma çalışmaları, Yunus Emre Enstitüsü faaliyetleri, YTB bursu, Türkiye Diyanet Vakfı (Diyanet Vakfı) insani ve dini rolleri gibi yumuşak güç politikaları, uygulamaları ve stratejileri ve ayrıca Türk Drama Dizisinin Ortadoğu toplumlarına etkisini analiz etmekte ve tartışmaktadır.

Anahtar kelimeler: *Türk Yumuşak Güç Politikası, Orta Doğu Ülkeleri, Türk Yumuşak Güç Kurumları, Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi.*

1. INTRODUCTION

Turkish strategic importance seemed (Islam, 2017; Islam, 2019; Nyadera and Islam, 2020; Islam, 2020a; Islam, 2020b; Islam, 2020c) to be exposed to the world after the end of the Cold War particularly the west understands the geostrategic importance of Turkey even Turkey's policy towards the world has risen from grassroots to the upstairs level. Moreover, since the 2002 AK party period; Turkey's domestic and foreign policy have enormous impacts on every corner of the world where especially in terms of the soft power policy, Turkey plays very important contribution whatever it is from cultural impacts, economic participation, political values, humanitarian aid or historical ties and maintaining old allies (Islam, Bingöl & Nyadera, 2020; Islam, Bingöl & Nyadera, 2021; Islam, Önder & Nyadera, 2020; Islam, 2020; Islam, Bingöl, Nyadera & Dagba, 2021).

In the world, while most of the states such as "China, Germany, France, Russia, Brazil and India spend a lot of time and money to manufacture national narratives in a top-down manner, some others, such as the U.S., do it in a bottom-up manner through the agency of non-governmental organizations and civil society" (Oguzlu, 2017 and Islam & Cansu, 2018; Islam & Cansu, 2020). Nevertheless, Turkey is doing their soft power policies and practices both in top-down and bottom-up approaches such as Turkey's government institutions working in a field-level as a tool of top-down approaches "through their governmental institutions, for example, TİKA, AFAD, Yunus Emre Institute (YEE), Diyanet Foundation, Presidency of Religious Affairs, Istanbul Metropolitan Municipality, State Hydraulic Works, State Airport Authority, Ministry of Health, The Presidency of Turks Abroad and Related Communities (YTB), Anadolu Agency, TRT World and Turkish Red Crescent activities, policies, practices and strategies to the world as well Turkey's non-governmental organizational roles through the bottom-up ways like IHH Turkey, Yardimeli, IGMG Hasana Association, Bashir Association, Cansuyu, The Deniz Feneri, and Arakan Platform working activities in different parts of the world" (Ekşi & Erol, 2018; Ekşi, 2018; Islam and Cansu, 2018).

However, Turkey's foreign policy orientations to the countries of the Middle East have become potentially more significant. "The changing relationship between Turkey—uniquely positioned in both the West and the East—and its neighbours in the Middle East have great discussion from soft power policy impacts" (Carley, 1994). Increasing acceptance of Turkish external policy among Middle Eastern common people and governments initiates from its economic situations, "Muslim and Islamic identity" (Ekşi, 2016; Islam & Hossain, 2020), good leadership and political values, pro-Palestine and its probable & effective role for Iran, Egypt and Qatar (Anas, 2010).

2. METHODOLOGY AND THEORETICAL APPROACH

"The methodology is the functional action strategy to carry out the study in the light of the theoretical framework and guiding research question. The study is basically based on the qualitative method from the research analysis of the previous theoretical discussion and empirical description from literature especially from related books and journals on Turkey's soft power policy towards Middle Eastern countries. Secondary data is used for the reanalysis of previously collected and analyzed data. There are clear advantages to working with an existing body of data, such as the reduction of costs, saving time and making difficult populations accessible" (Punch, 1998 and Bingol and Islam, 2016). In order to collect secondary materials, it has been used many books, journals, libraries and relevant websites are related to Turkey's soft power policy.

Over the past 30 years, scholars, researchers, and practitioners of international relations have been indicating a great paradigm change in commercial activity (Nyadera and Islam, 2020). In order to understand the theoretical background of Turkey's soft power policy and its impact on the Middle East, some theoretical framework which evaluates Turkey's realpolitik, constructive soft power policy, practice and strategy such as "soft power policy" where the main theorist of soft power policy, Joseph S. Nye, Jr. coined that "soft power" is the 'ability of states to get what they want through the power of attraction and persuasion, rather than the power of coercion or payment' where he highly recommend that the attraction and persuasion can be cultural, economic, diplomatic, political values, foreign policies and personal relations (Nye, 2004: 1-4). In the description of Soft Power, Nye included that "the United States should focus on five critical areas: Alliances, partnerships, and institutions, Global development, Public diplomacy, Economic integration Technology and innovation" (Nye 2006). In an earlier article, Nye says that "the ability to affect what other countries want tends to be associated with intangible power resources such as culture, ideology, and institutions" (Nye, 1990). He reasserts that "the Soft Power of a country has three primary sources: its culture (in places where it is attractive to others), its political values (when it lives up to them at home and abroad), and its foreign policies (when they are seen as legitimate and having moral authority)" (Nye, 2004). According to this theoretical understanding, it can be argued that Turkish soft power and public diplomacy institutions already get the trust-able leadership position all over the world, especially by their enormous humanitarian activities, particularly Turkey's assistance which increased Turkey's soft and positive image all over the world. Moreover, their political moves against the USA decision on the 'Jerusalem issue' legitimate their moral authority to the world. Additionally, the Turkish drama series impact the world particularly in the Middle East which shows its credibility and cultural attractions to the other countries.

From the 'constructive theoretical perspective' which can be employed in the process of identity construction to focus on identity, construction is shaped "to transcend what has traditionally been posited as a mutually exclusive dichotomy between ideational and instrumentalist dynamics: the aim is to understand how actor's interest-based strategies are socially formed by longer-term values" (Dal, Dipama, & Belder, 2014). Accordingly, Alexander Wendt (1994) claims that "the international system is created and recreated in the process of interaction and therefore, it is this inter-subjective rather than material aspect of structures which influence behaviour. Social-constructivist approaches assume that a country's foreign policy agenda is not only shaped by material, but also essentially by an immaterial factor such as ideas, role identities, norms, and values". Turkish engagement with Middle Eastern nations and also their relations with other countries based on humanitarian and Muslim identity based could be a good instance to understand the Wendt (1994) constructive theory. Wendt asserts that "interests presuppose identities because an actor cannot know what it wants until it knows who it is" (Wendt 1999: 231), which fully see the "social relationships" (Ron Jepperson et al 1996: 59).

However, to the constructive scholars, as like Wendt (1999), identity is an important tool for continuing the trustable relations between two states, as he argued that "Actors do not have a 'portfolio' of interests that they carry around independent of social context; instead, they define their interests in the process of defining situations" (Wendt 1999: 398). And in there, "corporate identity refers to the intrinsic, self-organizing qualities that constitute actor individuality" (Wendt 1994: 385). To Wendt (1994), four types of reasons shaped the external relations of any states through the process of identity, such as "(1) physical security, (2) predictability in relationships to the world, (3) recognition as an actor by others, and (4) economic development" (Wendt 1994: 385).

Certain that states interests will be served through the domestic and systematic relations between two countries, as Wendt (1994) argued that "depends on how it defines the self in relation to the other, which is a function of social identities at both domestic and systemic levels of analysis" (Wendt 1994: 385). In his article, Wendt (1994) explained and defined the social identity as "a set of meanings that an actor attributes itself while taking the perception of others, that is, a social object" (Wendt 1994: 385). Similarly, Youngs (2001) discussed the process of identity and its formation in the case of bilateral and external relations, as he claims that the "particular norms coming to be seen as appropriate, that is genuinely embedded in belief systems rather than adhered to for merely instrumental reasons." (Youngs 2001: 6).

Accordingly, this may sound very obvious that the development assistance and humanitarian aid-based diplomacy of Turkey with the Arab and MENA region somehow resemble the constructive way of partnership. “Turkey’s Total Development Assistance (TDA) for 2015 has amounted to a total of 5.105 billion USD. This development assistance, which went to over 150 countries, and all those projects were implemented at the request of the recipient countries. In fact, it’s one of the factors that most of the recipient countries are acknowledging the Turkish Assistance Model. It was provided by Turkish NGOs and private establishments, and by over 70 Turkish public bodies under the principles of the authentic Turkish Development Assistance Model” (TIKA Report, 2105). In reality, “Turkey provided the largest share of its bilateral development co-operation to Syria, Somalia, Kyrgyzstan, Albania and Afghanistan. The main sectors for Turkey’s bilateral development co-operation were humanitarian aid and refuge support, governance and civil society, education, health and population” (OECD, 2017).

Ibrahim Kalin (2011) argued that

“the key factor that defines a Turkey’s soft power capacity is its political system. The most important among those elements which pave the way for a country to achieve a soft power status and make it a centre for attraction is a political system which prioritizes freedoms and liberties, guarantees fundamental rights and freedoms, and which is also just, transparent and democratic. In this regard, one of the main pillars of Turkey’s soft power is its democratic experience. Despite the ups and downs in its history, the strengthening of Turkish democracy and its gaining of legitimacy among the public play a significant role in Turkey’s position as a regional and global actor. For instance, the “Arab Spring” which began with popular uprisings in Tunisia and Egypt in early 2011 highlighted Turkey’s democratic experience in the Middle East. Turkey’s democratization efforts and success in economic development have been an inspiration for the newly emerging social and political movements in the Arab world” (Kalin, 2011).

Kalin (2011) also addressed that

“Turkey’s soft power is different from that of other countries in its form and content. Turkey’s soft power potential, which extends from the Balkans and the Middle East to inner parts of Central Asia, emerges from the cultural and historical experience it has inherited. The values Turkey represents, as well as its history and cultural depth, have mobilized regional dynamics and provided opportunities for the creation of new spheres of influence. In the larger Euro-Asian landmass, the common denominator for Turks, Kurds, Bosnians, Albanians, Circassians, Abkhazians, Arabs, Azeris, Kazakhs, Kyrgyzs, Uzbeks, Turkmen and other ethnic groups, as well as Armenian, Greek, Jewish and Assyrian communities is the Ottoman experience they have shared and built together. It is this Ottoman heritage that brings together these diverse groups and enables them to relate to a shared experience in time and place. Today, Turkey represents the pivotal point of this heritage. This is not a new imperial adventure, termed by some as “NeoOttomanism.” Rather, this is a process whereby Turkey’s new geopolitical imagination and the new possibilities in the global political system allow the people of the region to reconcile with their history and geography. Remembering this experience plays an important role in defining the spheres of soft power in Turkey” (Bilgin, Elis, Beng, Altunışık and Altınay, 2008).¹

3. LOGICAL FACTS TO ASSESS THE TURKEY’S SOFT POWER IMPACTS IN MIDDLE EASTERN COUNTRIES

There are 11 the Middle East and North African (MENA) countries included discussing this region such as Algeria, Bahrain, Djibouti, Egypt, Iran, Iraq, Israel, Jordan, Kuwait, Lebanon, Libya, Malta, Morocco, Oman, Qatar, Saudi Arabia, Syria, Tunisia, United Arab Emirates, West Bank and Gaza, and Yemen where Ethiopia and Sudan are sometimes included.

¹ “For the concept of soft power in international literature and its meaning for Turkey”, see the essays by Bilgin, Elis, Beng, Altunışık and Altınay in the special soft power issue of Insight Turkey, Vol. 10, No. 2 (April-June 2008).

The main facts behind this selection are Turkey's good and specific historical relations, old allies, geographical position, political and strategic reason, economic facts and ideological objects. If we analyze very specifically, for instances;

"Turkey and Egypt share deep-rooted relations, based on close historical, cultural and social ties, common ideological goals which starting from the earliest stages of the Tahrir Revolution back in January 2011, Turkey supported the legitimate demands of the Egyptian people and steps towards democratization in Egypt. Nevertheless, the coup that took place on 3 July 2013 and led to the ousting of the first democratically elected President, Mohammed Morsi, and the consequent derailment of the natural progress of the democratization process of the country, has adversely affected the relationship between Turkey and Egypt. Based on a principled stand on the issue, Turkey advocates the view that Egypt's long term political and economic stability and development can only be achieved by respecting people's democratic will without exclusion" (Ministry of Foreign Affairs, Turkey, 2020).

On the other hand, Iran is a neighbouring country of Turkey with which Turkey shares a 560 km long border, unchanged for almost 400 years. Also, both Turkey and Iran put importance on each other by their diplomatic ties such as

"...the Turkish Embassy in Tehran, there are also Turkish Consulates General in Tabriz, Orumiyeh and Mashhad. Iran is represented in Turkey by its Embassy in Ankara, and its Consulates General in İstanbul, Trabzon and Erzurum. Turkish-Iranian bilateral relations are evolving based on the principles of non-interference in domestic affairs, mutual respect and good neighborliness. Efforts are made to further enhance the political dialogue both on bilateral and regional issues, through reciprocal visits and mechanisms such as High-Level Cooperation Council and joint commissions in different sectors" (Ministry of Foreign Affairs, Turkey, 2020).

More specifically, at the time of the Iranian nuclear deal; Turkey has huge impacts to come out of this agreement in reality between P5+1 countries. Finally, the importance of Turkey-Qatar relations depends on-

"possesses deep-rooted friendship and fraternity ties and enjoys excellent relations. The bilateral relations between the two countries are rapidly improving in all fields. Intensive bilateral visits at all levels and in all fields add a major impetus to bilateral relations between Turkey and Qatar. Both countries also closely coordinate and cooperate on regional issues. Cooperation with the Gulf Cooperation Council (GCC) constitutes another pillar of Turkey's bilateral relations with Qatar. In this regard, the High-Level Strategic Dialogue mechanism existing between Turkey and the GCC also provides a useful platform for Turkey's cooperation with Qatar on bilateral and regional issues. As of 2016, the bilateral trade volume between Turkey and Qatar (excluding petroleum and its derivatives) stands at 710 Million USD. The value of projects Turkish construction companies have so far undertaken in Qatar exceeds 15 Billion USD. The Qatari capital has a steadily increasing interest in Turkey, which already possesses important investments in the country" (Ministry of Foreign Affairs, Turkey, 2020).

Most importantly, recent Turkey's move to support Qatar against the Saudi led coalition suppression which makes the very good both soft and smart power impacts between Turkey-Qatar relations.

4. TURKEY'S SOFT POWER VISION IN THE MIDDLE EAST

"Although we are talking different languages in this vast geography, we should not forget that we have one history, one culture and similar values. We have given a shape to the history together. Be sure that we will give a shape to the future altogether. We are the members of a civilization that gives high importance to neighbourhood" (Prime Minister Recep Tayyip Erdogan, 25 November 2010).

To understand the Turkish current foreign policy, it is very important to know the current AKP manifesto “2023 vision” which exemplifies the ‘active, responsible and successful foreign policy’ whose first step as Davutoglu says is “to integrate Turkey’s foreign-policy discourse into its national discourse”. Western scholars like Graham E. Fuller (2008) & Heinz Kramer (2010) projected three scenarios of Turkish foreign policy including Washington-oriented, Brussels oriented and Independent foreign policy. Some scholars argue that the last one ‘independent foreign policy, sometimes represent the Turkish foreign policy which may enter Muslim countries and Islamic oriented foreign policy.

Many suggest that “the foreign policy shifts are directed to restoration. Ottomanism and emergence of neo-Ottomanism. Ahmet Davutoglu, academic turned foreign minister of the Turkish republic in Justice and Development Party (Adalet ve Kalkinma Partisi–AKP) regime is somehow considered as the architect of new Turkish foreign policy till 2015. In that time, Davutoglu prescribes successful foreign policy operation under strategic depth guided by five key principals” (Davutoglu 2008: 79-84).

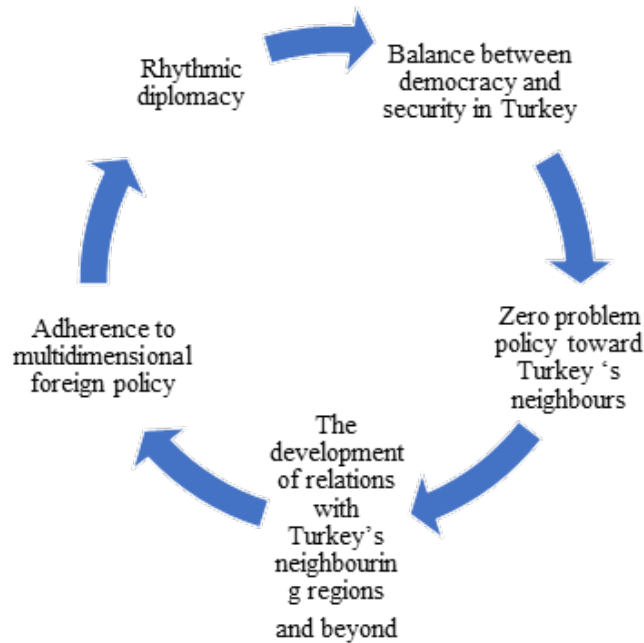


Figure 1: Five Key Principles of Turkish Foreign Policy under Strategic Depth by Ahmet Davutoglu (2008)

“Turkey’s key concerns in the region are unresolved Iranian nuclear issue, instable and insecure Iraq, increased Palestine-Israel tensions along with problems in the Caucasus, Balkan and Cyprus. Turkey aims to be an energy hub by making itself which requires Turkey to become a buying and selling center as well as a transit country, it makes Turkey’s foreign policy important to the Middle East from the energy sector. Additionally, The Ottoman-Islamic bond has been seen as an ideological base for future cultural and political partnerships by Islamic political parties of the region” (Anas, 2010). Most importantly, the business investors from the Middle East; Turkey tries to attract them to create a new business secured hub and environment even Turkey’s active engagement and leadership role in different regional and international organizations- for example, Organization of Islamic Cooperation (OIC) and League of Arab States (LAS) and African Union; Turkey holds their strategic partnership status even the recent effective leadership role against US decision on “Jerusalem issue”; it strongly shows Turkey’s leadership position to the world as well as in the region.

Western scholars mainly argue that Turkey is the role model for MENA regions and their government’s democratization process (Altunisik 2005; Bal 2000; Fuller: 2004, 2008, Mohapatra: 2001). Turkish economic progress and consistent performance show that Turkey is worthy of development and leading economy country for its region and international attention that doesn’t have oil or energy but can be a good economic model for its neighbouring countries and its regions.

5. TURKEY'S COMMON SOFT POWER INSTITUTIONS INFLUENCES AND IMPACTS IN THE MIDDLE EAST

Table 1: Turkey's Soft Power Institutions Influence and Impacts in the Middle East

Soft Power Institutions Influence and Impact
Arab Perception to Turkey
Instrumental Use of Soft Power
Turkey's Economic Model or AKP as a Model
Turkish Drama in the Arab World
Turkish President Recep Tayyip Erdogan Speech as a Tool of Soft Power
Recent Humanitarian Assistance & TIKA's Role Increased Turkish Soft & Positive Image in the Middle East
Turkish Public Diplomatic Institutions Impacts on the Middle East

5.1 Instrumental Use of Turkish Soft Power in the Middle East

Turkey's foreign policy has been able to accommodate middle eastern nations, those with rightist and religious thoughts among regional public and government reformers as a constructive economic model. The end of the Cold War, the two Iraq wars, the conflict in Afghanistan, the crisis with Iran, and the recent global financial crisis moulded and re-moulded Turkish foreign policy" (CARNEGIE Middle East Center, 2011). Sabiha Senyücel Gündoğar (2011) asserted that "the Arab perception of Turkey is overwhelmingly positive, while the inverse is not true".

The head of Center for Strategic Studies' Mohamed Nouredine (2011) argues that Turkey was able to achieve its positive image in Middle Eastern nations due to its charismatic President, Recep Tayyip Erdogan leadership such as "Erdogan's 2009 public argument with Israeli President Peres at Davos" (One Minute), Flotilla Mavi Marmara Incident in 2010, Turkey's support of demonstrators against Egyptian President Hosni Mubarak in Tahrir Square since 2011 to until now, even more interestingly the Influence of Turkish cuisine especially the Ottoman cuisines are very popular in the Middle East. Reformers in the Middle East endeavour to emulate the Turkish model, which Mohammad Nouredine (2011) explained is based on three pillars: "democratic transformation, economic development, and a reformed foreign policy that exports solutions".

5.2. Turkish Drama in the Middle Eastern Countries

Recent statistics show that "Turkey is the second-highest exporter of TV series abroad globally after the United States. Turkish series have been exported to over 100 countries, contributing to a boom in the country's domestic television industry" (Gulf News, 2012). "Nearly 150 Turkish television series have been sold to over 100 countries in the Middle East, Eastern Europe, South America and South Asia. It is common to see groups of Arab or Iranian tourists in Istanbul visiting the alluring sites they have seen on screen" (New York Times, 2017). Turkish series including *Diriliş Ertuğrul*, *Kuruluş Osman*, *Payitaht Abdülhamid*, *The Magnificent Century* (*Muhteşem Yüzyıl*), *Soaps & Noor* are influencing the Middle East.

Turkish TV dramas have great impact heroically on the Arab community, for example, İbrahim El-Amiri (2016) argues in his thesis paper on the impact of Turkish TV dramas on the Middle East, believes the Middle East has found its own hero in the state-hired hand in a Turkish TV drama. He also shows that "the reason why Turkish dramas are so popular is that they relate to Eastern culture, particularly in religious matters. The concept of religion is seriously seen in these shows, which causes them to be watched more in the Arab world" (Al-Amiri, 2016) even also he said, "The Valley of the Wolves (*Kurtlar Vadisi*)" was an especially big hit. "The hero of this drama, Polat Alemdar, is one of the most important heroes of the Arab world. He is seen as a hero who always fights against cruelty and the Zionists. The film 'The Valley of the Wolves: Iraq' had a great impact on Arab countries and is watched all the time" (Al-Emiri, 2016).

Some empirical data shows the value of Turkish drama year by year as an example; A deep Khair, General Manager and owner of Sama Art Productions, a Syrian TV production company which dubs Turkish dramas into

colloquial Syrian Arabic said “I bought a one-hour (one hour of copyright) Turkish drama for \$600 [Dh2, 203] or \$700. Today, there are [parties] who are willing to pay \$40,000 for one-hour [dramas],” More interestingly,

“the last two episodes of Nour “Gümüş” (Silver), shown on August 30, 2008, attracted 85 million viewers in the Middle East and North Africa [Mena] region, out of which 50 million were females. MBC, which started broadcasting Turkish dramas in 2008, has telecast nearly 20 series. The others are shown on Arabic satellite channels such as Abu Dhabi TV and Dubai TV” (Zayed, 2013).

According to the Guardian news report, “just a decade ago the international sale of Turkish television dramas amounted to less than 1 million U.S. dollars, and in just a few years it managed to reach 50 million dollars in 2010, due primarily to the huge success of those shows in the Middle East” (The Guardian, 10th October 2012).

5. 3. Turkish President Recep Tayyip Erdogan Speech as a Tool of Soft Power

Many non-western scholars argue that Turkish President Erdogan’s speech is a very instrumental tool for influencing the soft power policy especially in the Muslim and Arab world such as Erdogan speech in 13th OIC Summit expressed that “As I have always expressed, my religion is neither Sunni nor Shi’ite, I am a Muslim. Just like my 1.7 billion siblings, I am purely and simply a Muslim. All the other differences come after this belief and title of mine”. Moreover, the nationalist concept of ‘One nation, one flag, one homeland, one state’; many Islamist scholars argued that it can be the good “Ummah” concept for Muslim nations even the sign what Turkish President shows in his all political campaign “Rabia Sign” is also very good influential policy to attract the Muslim people in the Arab region.

Additionally, Erdogan's ideological correlational basis speech which indicates the Turkish history particularly the lost history of Muslim Ummah makes sense to the rightist and religious motivated person and when it comes to the Arab region then it has huge impacts from politically, culturally and religiously, for example, to indicate the Dirilis Ertugrul drama series; Erdogan said “Until the lions start writing their own stories, their hunters will always be the heroes,” which gives a great message to his fellow political party, civilian and in the Arab region.

5. 4. Recent Humanitarian Assistance and TIKA’s Role Increased Turkish Soft & Positive Image in the Middle East

According to the Global Humanitarian Assistance Report, “Turkey became the 2nd biggest donor country of the world following the USA in 2015 with an official humanitarian aid of 3,2 billion US Dollars” (TIKA Report, 2015). Turkey also became the “most generous country”, “taking into consideration the ratio of Turkish official humanitarian assistance to its national income in the same year. On the other hand, according to unofficial data, Turkey’s humanitarian assistance reached 5.7 billion US Dollars in 2016” (OECD Report, 2017).

As it is already rationalized & actualized that Turkish soft power institutions already get the trust-able leadership position all over the world by their enormous humanitarian activities particularly Turkey’s assistance which increased Turkey’s soft and positive image to all over the world especially in the Middle East, for example, the Turkish assistance for Syrian Refugees since 2013, earthquake between Iraq-Iran on 14th November 2017, Arakan Crisis and Turkish Role from August 25, 2017, Somalia Droughts and Recent Bombing in Somalia where Turkey assisted 40 People for their health support in Ankara (Islam and Cansu, 2018). Additionally, “the South-East Asia earthquake in December 2004, Pakistan earthquake in 2005, Humanitarian crisis in Lebanon in 2006, Gaza Crisis at the end of 2008, Haiti and Chile earthquakes, Flood disaster in Pakistan in 2010, Japan earthquake in 2011, Typhoon in Philippines, Floods in the Balkans, Attacks to Gaza in 2014, Earthquake in Nepal, Conflict in Iraq in 2015, Humanitarian crisis in Yemen, Libya in 2015-2016, Flood in Macedonia in 2016” (Ministry of Foreign Affairs, Turkey, 2020) have huge positive, influential impacts in the MENA region.

5. 5. Turkish Public Diplomatic Institutions Impacts on the Middle East

Yunus Emre Institute (YEE) Summer School Program for the Middle East, for example, “Yunus Emre Institute’s Cultural Centres Coordinator, Associate Professor Mustafa Balci, emphasized the importance of the language programs for their role in Turkey’s increased ‘soft-power throughout the world, particularly in the Middle East

and the Balkans” (Çelik, 2015) which shows the Turkish great strategy and effective plan for MENA region by acquiring the soft power institution like YEE.

Additionally, YTB has a very good number of scholarship for MENA regions especially for Syria, Iraq and Palestinian students which also creates the very good image of Turkey in this region and prepare the future foreign ambassador in those particular countries who will be contributing good role for continuing bilateral relations between the Turkey and host countries.

Most importantly, TİKA’s project on medicine, agriculture, hospitals, a central library such as in Iraq & Palestine creates a long-term impact on this region. Turkey also intensified its mediation efforts that included mediation between Syria and Iraq, Syria and Israel and Hamas and Israel, Jerusalem issue, India and Pakistan over Kashmir issue (Islam, 2016 and Islam, 2019), Rohingya issue between Bangladesh and Myanmar (Islam and Rahman, 2018), Academic Conferences, Seminars related to the Middle East.

Turkey’s cooperative attitudes in the time of the Iranian Nuclear Deal with P5+1 gives a good space for Turkey to deal with so many issues of MENA. Although this is true that the increasing popularity of Turkish soft products is being perceived as Turkish inroad into Muslim world once again and the Turkish drama serials like “Noor” or “Dirilis Ertugrul” were called “Return of Ottoman”. An Iranian newspaper wrote that Saudis are supporting Turkey in the Arab World only to counter Shia Iran.

“To counter the Shia culture and reduce its moral influence on the Shias of the Arab World, the Saudis shrewdly provided Turkish Prime Minister Recep Tayyip Erdogan access to their publicity organs so that Turkey could begin playing a more active role in the political, cultural, and economic life of the Middle East” (Tehran Times 28 August 2008).

Anyway, the common approach both Iran and Turkey in the time of Arab Spring make them friendly relations but this can be argued that what is happening in the Middle East now, one of the most responsible countries is Iran especially in terms of Syria and Yemen conflict. Turkish refused to be part of the P5+1 country jointly sanctions against Iran which were approved by UNSC. Some primary data shows that the modern and secular people of Iran love to stay in Turkey because of its free society, freedom and democracy even the good number of Iranian students studying in Turkey and want to study in Turkey as their first choice.

Recent Saudi led countries hostile attitudes and Sanction on Qatar and Turkey’s humanitarian aid such as Food Aid, Media Campaign by TRT World have a very effective and positive impact on Qatari People and the Qatari Government even to settle and manage this crisis, Turkish President Erdogan’s shuttle diplomacy in Saudi Arabia, Kuwait, and Qatar give trust-able leadership position to Qatar even more than USA policy towards this crisis.

6. CHALLENGES OF TURKEY’S SOFT POWER POLICY IN THE MIDDLE EAST

This can be assumed that Turkey’s soft power institutions have a great role in the MENA region but there are so many potential conflicts arising in the Middle East specifically the proxy war between Iran and Saudi-USA-Israel led countries makes Turkey very challenging position to take a decision even the proclamation by Saudi led allies about Islam based ideological political parties like Muslim Brotherhood is a terrorist party; creates a very undecided situation for continuing theirs with this kind of parties.

Additionally, the aggressive role of UAE and Saudi Arabia especially so many irrational decisions taken by Saudi Arabia crown prince Mohammad bin Salman makes instability in the MENA region which also shows that Turkey will take a strategic foreign policy in the region. Moreover, Turkey’s weakened relations with the United States and EU and the complicated relations with Russia & Iran makes them a mysterious space in MENA regional politics.

Overall, it can be said that Turkey’s policy towards the Middle East must be shaped through smart power policy-oriented where both hard and soft power will be instrumentalized as what utilized during the Qatar crisis, for example; they have military in Qatar, at the same time they have good soft power impacts on Qatar.

7. CONCLUSION

Turkey possesses important resources and values unique to itself where Turkey's own international relations and priorities based on its short, mid and long-term primary and secondary interests and it will define the soft power policy arena and strategies to its Arab vision. According to Ibrahim Kalin (2010)

“...the concept of soft power depends upon the “carrot and stick” dialectic of American power. However, it is not always possible or even desirable to use the carrot-stick dialectic in the geopolitical environment of a country like Turkey. Rather, a new geopolitical imagination and a notion of common memory, conscience, and cultural depth shape soft-power relations. Turkey's achievement of an effective soft power status depends on its ability to mobilize these dynamics. As a result of the changes it has been going through, Turkey today has a ‘new story’ and a ‘new narrative” (Kalin: 2010).

As it is greatly argued in an international political system that “in every context, more cooperation rather than less is the best way to arrive at an unparalleled solution” (Islam, 2020). “The effective communication of soft power policy and strategy indicates that the new “Turkish story” is rising and emerging trust-able leadership position in the world which can be only possible ‘through the participation of Turkish soft power actors that function in the public, private and non-governmental sectors’ where both soft and smart power tools, policies and strategies can be used in terms to achieve the realpolitik domestic and foreign policy interest of Turkey” (Islam and Cansu, 2018).

Though, this kind of leadership position gives Turkey huge responsibilities and legitimacy for their public diplomacy maintenance, sustainability and long-term basis policy-making and strategy where Turkey will have a national interest both from domestic and foreign policy arena and they can be part of those host countries policymaking and policy implementation process like other unilateral and multilateral countries doing to ensure their national interest and protecting their leadership legitimacy. Now, the world facing a leadership vacuum that “demands the new world order and new leadership from economically, politically and culturally where Turkey can fill up that leadership vacuum and write a new history for tomorrow's world” (Islam and Cansu, 2018 and Islam, 2017).

REFERENCES

- Al-Emiri, I. (2016). Turkish hero ‘impacts the Middle East’. Hurriyet Daily News Paper, January 30, 2016. Accessed: 06.012.2017. Retrieved from <http://www.hurriyetdailynews.com/turkish-hero-impacts-the-middle-east--94497>
- Anas, O. (2010). Turkey's Soft Power Challenges in the Arab World. Conference Proceeding at First Arab Turkey Congress of Social Sciences at Ankara on 11 December 2010.
- Armstrong, W. (2017). “What a TV Series Tells Us About Erdogan's Turkey”. New York Times, November 04, 2017. Accessed: 05.12.2017. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2017/05/14/opinion/erdogan-tv-show-turkey.html>
- Bilgin; Elis; Beng; Altunışık; and Altınay (2008). In the special soft power issue of Insight Turkey, Vol. 10, No. 2 (April-June 2008)
- Bingöl, Y. & Islam, M. N. (2016). “The Myth and Reality of Turkish Civil-Military Relations: A Quest from the Case of FETO's July 15th Failed Military Coup Attempt”, *Journal of Youth Research*, Vol. 4, Number 10, p. 67-86. Retrieved from http://yayinlar.gsb.gov.tr/Public/Files/GAD_10.Sayi.pdf
- Carley, P. (1994). Turkey's Role in the Middle East. Paperworks United States Institute of Peace
- CARNEGIE Middle East Center. (2011). Turkey's Relations with a Changing Arab World. Accessed: 03.12.2017. Retrieved from <http://carnegie-mec.org/2011/05/03/turkey-s-relations-with-changing-arab-world-event-3150>
- Çelik, M. (2015). Yunus Emre Institute celebrates “The Voice of 1000 Years: Turkish Language Festival”. August 22, 2015, Daily Sabah. Available at <https://www.dailysabah.com/turkey/2015/08/22/yunus-emre-institute-celebrates-the-voice-of-1000-years-turkish-language-festival>

- Dal, E. P., Dipama, S. & Belder, F. (2015). "Assessing Turkey's Development Aid Policy towards Africa: An Constructivist Perspective", 14th METU Conference, 17-19 June, 2015, Ankara. 14th METU Conference, 17-19 June 2015, Ankara.
- Davutoğlu, A. (2008). Turkey's Foreign Policy Vision: An Assessment of 2007. Insight Turkey, Vol. 10, No.1, pp. 79-84
- Ekşi, M. (2016). AK Parti Döneminde Ortadoğu'da Türk-Amerikan İlişkilerinin Jeokültürel Eksenini: İslami Kimlik. *Akademik Bakış*, Cilt 9 Sayı 18: 59-77.
- Ekşi, M. (2018). Kamu Diplomasisi ve AK Parti Dönemi Türk Dış Politikası. Ankara: Siyasal Kitabevi
- Ekşi, M. (2018). The Rise and Fall of Turkish Soft Power and Public Diplomacy. *Akademik Bakış*, Cilt 11 Sayı 23: 15-45.
- Fuller, G. E. (2008). The New Turkish Republic: Turkey as a Pivotal State in the Muslim World, Washington, DC: United States Institute of Peace Press. pp 17. See Zubaida, Sami (1996) "Turkish Islam and National Identity" Middle East Report April-June (10-15) also see Mohapatra, Ak (2008), "Democratization in the Arab World: Relevance of the Turkish Model", International Studies 45: 271.
- Fuller, G. E. (2008). The New Turkish Republic: Turkey as a Pivotal State in the Muslim World, Washington, DC: United States Institute of Peace Press., also, Heinz Kramer (2010) "AKP's New Foreign Policy between Vision and Pragmatism, working paper, German Institute of International and security Affairs", June: Berlin.
- Gulf News Agency (2012). "Challenge of the Turkish soap operas," GulfNews, April 1, 2012
- Heper, M. and Sule T. (2003). "Islam, Modernity, and Democracy in Contemporary Turkey: The Case of Recep Tayyip Erdogan". The Muslim World, April 2003, Vol 93.
- Islam, M. N., Bingöl, Y., and Nyadera, I. N. (2021). Towards Islam through Political Parties, Ideology and Democracy: A Discourse Analysis on AK Party in Turkey, Ennahda Movement in Tunisia and Jamaat-e Islami in Bangladesh, *Jadavpur Journal of International Relations*, 25 (1).
- Islam, M. N. and Hossain, M. (2020). "Islam, Governance and Political Culture in Bangladesh: in Ali Farazmand (Ed.) Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy and Governance, Springer Nature, Switzerland.
- Islam, M. N. (2020). Turkey, Asia Anew and South Asia: A Comparative Assessment on Bilateral Relations and Soft Power Policy with Bangladesh, India, and Pakistan. *TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi*; 47(3), 379-398. DOI: <http://dx.doi.org/10.15189/1308-8041>
- Islam, M. N. (March 2020). Rethinking Turkey-Iraq Relations: The Dilemma of Partial Cooperation by Mehmet Akif Kumral, New York: Palgrave Macmillan. *Insight Turkey*, 22(1):257-260. ISBN 9781137561237 Available at: <https://www.insightturkey.com/book-reviews/rethinking-turkey-iraq-relations-the-dilemma-of-partial-cooperation>
- Islam, M. N. and Cansu, E. E. (2020). "BRI, CPEC, and Pakistan: A Qualitative Content Analysis on China's Grand Strategies", *International Journal on World Peace*, Vol. Xxxvii No. 3: 43-71
- Islam, N. (2020a). Bangladesh: Turkey's key partner in Asia Anew initiative. Daily Sabah, 25 December 2020. Available at <https://www.dailysabah.com/opinion/op-ed/bangladesh-turkeys-key-partner-in-asia-anew-initiative>
- Islam, N. (2020b). Türkiye'nin Yeniden Asya girişimi ve Bangladeş, Anadolu Ajansı, 16 October 2020. Available at: <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/turkiye-nin-yeniden-asya-girisimi-ve-banglades/2008381>
- Islam, M. N. (2020c). Bangladeş, Türkiye'nin Asya girişimindeki kilit ortağı olacak, Interview by Ihlas Haber Agency, 03 October 2020. Available at <https://www.iha.com.tr/istanbul-haberleri/banglades-turkiyenin-asya-girisimindeki-kilit-ortagi-olacak-2712455/>
- Islam, M. N., Bingöl, Y. and Nyadera, I. N. (2020). "Political and Administrative Culture in Turkey's AK Party, Tunisian An-Nahada, and Bangladesh Jamat-e Islam" in Ali Farazmand (Ed.) Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy and Governance, Springer Nature, Switzerland
- Islam, M. N. (2019). Emerging Global Organizations and Groups: A Paradigms Shift for New World Order. *ADAM AKADEMİ Sosyal Bilimler Dergisi (ADAM Academy Social Sciences Journal)*, 9(2), 471-490. DOI: 10.31679/adamakademi.508998

- Islam, M. N. (2019). Güç, strateji ve potansiyeller: Çin ordusunun temel yetenekleri ve faktörleri üzerine bir inceleme (Power, strategy and potentials: a study on the factors and key capabilities of China's military). *Cappadocia Journal of Area Studies*, 1, 100-110, DOI: <http://dx.doi.org/10.38154/cjas.13>
- Islam, M. N. (2019). Küresel İlişkilerde Doğru Pozisyon Almak: Hindistan Güvenlik Stratejisinin Öncelikleri ve Zorlukları (Assuming Rightful Place in Global Affairs: Priorities and Challenges of India's Security Strategy). *M5 Journal, National Security, Defense and Strategy*, 44, 335. Available at: <https://m5dergi.com/son-sayi/makaleler/kuresel-iliskilerde-dogru-pozisyon-almak-hindistan-guvenlik-stratejisinin-oncelikleri-ve-zorluklari/>
- Islam, M. N. and Cansu, E. E. (2018). Humanity First: The Turkish Version of Soft Power. November 23, 2018, Daily Sabah. Available at <https://www.dailysabah.com/op-ed/2018/11/23/humanity-first-the-turkish-version-of-soft-power>
- Islam, M. N. and Rahman, M. H. (2018). "The Humanitarian Question of Rohingya Muslim Refugee Crisis Beyond the Foreign Policy of Bangladesh and Myanmar: Forced Migration, Identity Linkage and Demographic Assessment of their Historical Exclusion and Statelessness". In Haluk Selvi, İbrahim Şirin, Yusuf Adigüzel, Murat Lehimler, Ali Yeşildal, Raşit Fidan, Hasan Yılmaz, Hayriye Sözer and Muzaffer Sabur (Eds.), *Göç Mültecilik ve İnsanlık (Migration, Refugee and Humanity)*, Kocaeli Municipality Press, Kocaeli: Turkey. Takım No: 978-605-5116-66-8, ISBN: 978-605-5116-67-5
- Islam, M. N. (2016). *Devlet Doğasının Değişimi: Güvenliğin Sınırları (Change in State Nature: Boundaries of Security)*. Istanbul: Turkish Asian Center for Strategic Studies (TASAM). ISBN: 978-605-4881-24-6
- Islam, M. N., Önder, M., & Nyadera, I. N. (2020). Islam, Politics, and Bangladesh: A Qualitative Content Analysis on the Democratic and Political Culture of Bangladesh Jamaat-e-Islami (BJI). *ADAM AKADEMİ Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 291-318. DOI:10.31679/adamakademi.783781
- Islam, M. N. (2017). TİKA's Role in Bangladesh Sustainability and Development. *Perspective English Magazine*, August 2017. Available at: <https://perspectivebd.com/archives/1656>
- Islam, M. N., Bingöl, Y., Nyadera, I. N., & Dagba, G. (2021). Toward Islam Through Political Parties, Ideology, and Democracy: A Discourse Analysis on Turkey's AK Party, Tunisian Ennahda, and Bangladesh Jamaat-e-Islami. *Jadavpur Journal of International Relations*, 25(1), 26–51. <https://doi.org/10.1177/09735984211019797>
- Jeferson, R.; Wendt, A. and Katzenstein, P. (1996). 'Norms, Identity, and Culture in National Security', Peter Katzenstein (ed.), *The Culture of National Security*, (New York: Colombia University Press)
- Kalin, I. (2011). Soft Power and Public Diplomacy in Turkey. *PERCEPTIONS*, Autumn 2011, Volume XVI, Number 3, pp. 5-23. Center for Strategic Research, Turkey.
- Ministry of Foreign Affairs, Turkey. Accessed: 02.01.2018. Retrieved from <http://www.mfa.gov.tr/relations-between-turkey-egypt.en.mfa>
- Nyadera, I. N.; & Islam, M. N. (2020). Transnational Operations, International Reactions, and Legitimacy: The Case of Turkey and Saudi Arabia. *Contemporary Review of the Middle East*, 7 (3), 1–22. DOI: 10.1177/2347798920921965
- Nyadera, I. N.; Islam, M. N. (2020). Link Between Administration, Politics, and Bureaucracy. In: Farazmand A. (eds) *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*. Switzerland: Springer, Cham
- Nye, J. S. (1990). "Soft Power," *Foreign Policy*, No. 80, Twentieth Anniversary (Autumn, 1990), pp. 153-171 (19 pages), pp. 154.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs Press; New Ed edition (April 27, 2005) pp. 11.
- Nye, J. S. (2006). "Think Again: Soft Power." *Foreign Policy* (March/April)
- OECD Report (2017). Accessed: 02.01.2018 Retrieved from <http://www.oecd.org/unitedstates/publicationsdocuments/reports/>
- Oguzlu, T. (2017). Soft power and US foreign policy. *World Analysis News Service, Anadolu Agency (AA)*. Accessed: 01.01.2018. Retrieved from <http://aa.com.tr/en/analysis-news/soft-power-and-us-foreign-policy/908366>

- Punch K. F. (1998). Introduction to social research- quantitative and qualitative approaches. Sage Publications, London, pp.-243. ISBN 07619 4417 6
- Tan, N. (2010). "Turkish – U.S. Relations in a Changing World" speech at the United States CSIS, July 22, 2010
- TIKA Report (2015). Turkish Development Assistance Report. Accessed: 01.01.2018. Retrieved from <http://www.tika.gov.tr/upload/2017/YAYINLAR/TKYR%202015%20ENG/KALKINMA%20.pdf>
- Wendt, A. (1994). 'Collective Identity Formation and the International State', *American Political Science Review*, 88:2, 384-396
- Wendt, A. (1999). *Social Theory of International Politics*, (Cambridge: Cambridge University Press)
- Yavuz, M. H. (2009). "Turkish Identity and Foreign Policy in Flux: The Rise of Neo-Ottomanism", *Critique* 12 (1998), pp. 19-41; also see (Fisher Onar 2009, Taspinar 2008)
- Youngs, P. (2001). District and State Policy Influences on Professional Development and School Capacity. *Educational Policy*, 15(2), 278–301. <https://doi.org/10.1177/0895904801015002003>
- Zayed, M. (2013). "Turkish Drama in the Arab World: Social Impacts, Religious Reaction and Dramatic Void in the Arab World". *Research in Turkey: Center for Policy and Research in Turkey*. Accessed: 08.12.2016. Retrieved from <http://researchturkey.org/turkish-drama-in-the-arab-world-social-impacts-religious-reaction-and-dramatic-void-in-the-arab-world/>

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:31.03.2021 ✓Accepted/Kabul:13.06.2021

DOI:10.30794/pausbed.906894

Araştırma Makalesi/ Research Article

Aydın, M. ve Ünüvar, Ş. (2021). "Yaşam Tarzının Destinasyon Aidiyetine Etkisi: Olympos Örneği" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 189-207.

YAŞAM TARZININ DESTİNASYON AİDİYETİNE ETKİSİ: OLYMPOS ÖRNEĞİ*

Melih AYDIN** Şafak ÜNÜVAR***

Öz

Turistik destinasyonların hızla değişen turist taleplerine yanıt verebilmesi için turist profillerinin tanımlanması ve pazarın belirli kriterlere göre bölünmesi önemli bir aşamadır. Bu pazar bölümlenme tekniklerinden biri de psikografik bölümlenmedir. Turizm pazarında psikografik bölümlenme, turistlerin demografik özelliklerinin yanında yaşam tarzları, değerleri ve psikolojik özelliklerine odaklanılarak yapılmaktadır. Yaşam tarzı özellikleri, ziyaret edeceği destinasyon ile örtüşen turist profilinin belirlenmesi, o destinasyonun hedef turist kitlesinin tespiti adına önemlidir. Bu sayede, taşıdığı karakter hedef turist kitlesi ile eşleşen destinasyon ile orayı ziyaret eden turist arasındaki ilişki zamanla daha güçlü hale gelecek ve turistin aidiyeti pekişecektir. Bu araştırma, Antalya ili sınırlarında yer alan Olympos'ta gerçekleştirilmiştir. Araştırmada yaşam tarzının destinasyon aidiyeti üzerindeki etkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırma, Haziran 2019 - Ağustos 2019 tarihleri arasında Olympos'u ziyaret eden yerli turistler arasından basit tesadüfi örneklem metodu ile seçilen 446 yerli turiste, yüz yüze anket uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Veriler, regresyon ve doğrulayıcı faktör analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre Olympos'u ziyaret eden yerli turistlerin yaşam tarzları Olympos destinasyonuna yönelik aidiyetlerini etkilemektedir. Araştırma sonuçları, Olympos destinasyonunun taşıdığı özelliklerin ağırlıkla Deneyimciler, Yapıcılar ve Düşünürler yaşam tarzı özellikleri gösteren turistlerle örtüştüğünü ortaya koymaktadır.

Anahtar kelimeler: Yaşam Tarzı, VALS, Destinasyon Aidiyeti, Olympos

EFFECT OF LIFESTYLE ON DESTINATION ATTACHMENT: THE CASE OF OLYMPOS

Abstract

Defining tourist profiles and segmenting the market according to certain criteria is an important step in order for tourist destinations to respond to rapidly changing tourist demands. One of these market segmentation techniques is known as psychographic segmentation. In the tourism market, psychographic segmentation is carried out by focusing on the demographic characteristics, lifestyle, values and psychological characteristics of tourists. Determining the tourist profile that lifestyle characteristics suit with the destination to be visited is important in identifying the target tourist audience of that destination. Thus, the relationship between the destination which character is matched with the target tourist audience and the tourist visiting that destination will become stronger over time. Thus, the tourist's attachment will be strengthened. This research was carried out in Olympos, located in the province of Antalya. In the research, it was aimed to determine the effect of lifestyle on destination attachment. The research was carried out by applying a questionnaire to 446 domestic tourists selected by the simple random sampling among tourists who visited Olympos between June and August 2019. The data were analyzed by regression and confirmatory factor analysis methods. According to the results of the research, the lifestyles of local tourists visiting Olympos affect their attachment to this destination. The results of the research reveal that

*Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde 2020 yılında tamamlanan "Yaşam Tarzı ve Çevreye Yönelik Tutumun Destinasyon Aidiyetine Etkisi: Olympos Örneği" başlıklı, ikinci yazar danışmanlığında birinci yazar tarafından hazırlanmış olan doktora tezinden üretilmiştir.

** Dr. Öğr. Üyesi, Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, KİLİS.

e-posta: maydin@kilis.edu.tr , (<https://orcid.org/0000-0003-1488-9325>)

*** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, KONYA.

e-posta: safakunuvar@selcuk.edu.tr , (<https://orcid.org/0000-0001-9177-8704>)

the characteristics of the Olympos destination predominantly match up with the tourists who have the lifestyle characteristics of Experiencers, Makers and Thinkers.

Key Words: *Lifestyle, VALS, Destination Attachment, Olympos.*

1. GİRİŞ

Modern toplumda meydana gelen hızlı değişim, turist tercih ve beklentilerini de gözle görülür şekilde etkilemiştir. Dünyanın farklı bölgelerinde, alternatif turizm destinasyonlarının sayısı artmış; farklı özelliklere sahip çeşitli turist tipleri ortaya çıkmıştır. Bütün bu kapsamlı değişim, bireylerin yaşam tarzlarına da yansımıştır. Turistlerin, destinasyonda açığa çıkan bu geçici yaşam biçimi ve davranış kalıpları ise, turistin yaşam tarzı ile ilgili önemli ipuçları vermektedir.

Turistik yaşam tarzı, turistik ortamdaki bireylerin turizm aracılığıyla ihtiyaçlarını karşılamak adına geliştirdikleri görüş, kanı, inanç, değer ve bilgiler tarafından oluşturulan bir kültür bütünü olarak tanımlanmaktadır (Rızaoğlu, 2012: 220). Farklı turistik yaşam tarzı kalıpları sergileyen turistlerin belirli bir destinasyona aidiyet duyabilmeleri; o destinasyonu diğer yerlerden ayrı tutmalarına, içselleştirmelerine ve alternatifler arasından o yere ayrı bir değer atfederek orayı tercih edebilmelerine bağlıdır. Böylece destinasyon aidiyeti daha destinasyona gitmeden önce, destinasyon seçimiyle filizlenmiş olacaktır. Bunun yanında bir yerin, bir kişiye ya da gruba hitap edebilmesi için bir ruh taşınması; bu ruh temelinin de tarihi, arkeolojik, efsanevi, doğal, rekreatif unsurlardan birine ya da birkaçına dayanması gerekmektedir. Yirmi birinci yüzyılda, bir destinasyona yönelik aidiyet duygusu oluşumunu sağlamak, hızlı yaşamın bireyler üzerindeki etkisinin bir sonucu olarak, çaba gerektiren bir iştir. Bunun en önemli sebeplerinden birisi, bir fark ortaya koyamayan ve birbirinin kopyasıymış gibi duran sayısız turistik ürünün özgünlük taşımaması; bu sebeple turistlerin bu destinasyonlara yönelik aidiyet duyabilmelerinin güç hale gelmesidir.

İklim özellikleri, bakir doğası, sahip olduğu tarihi zenginlikler ve mitolojik çağların ruhunu ziyaretçilere hissettirmesi ile Olympos, sıra dışı bir destinasyon görünümü ortaya koymaktadır. Dalış, tırmanış, tekne gezintileri, trekking, bisiklet gibi sportif ve rekreatif faaliyetlerin yanında yoga ve sanatsal kursların da verildiği bohem motifler barındıran bu destinasyonu ziyaret eden turist kitleleri de kendine has özellikler taşımaktadır. Bu çalışmada, Olympos'u ziyaret eden yerli turistlerin ilişkilendirildikleri yaşam tarzı kesitinin, bu destinasyona yönelik aidiyetlerine olan etkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Özellikle gençlik turizmi açısından popüler bir destinasyon olmasına rağmen, doğrudan Olympos'u konu edinen turizm araştırmalarına literatürde rastlanmamıştır. Araştırma bu yönüyle, alanyazındaki bu boşluğu doldurması açısından önemli bir rol üstlenmiş olacaktır. Literatürde, yaşam tarzının destinasyon aidiyetine etkisinin ölçülmesine yönelik bir araştırmanın da daha önce yapılmadığı görülmektedir. Bu nedenle araştırmanın, literatürü zenginleştireceği ve turizm alanına yeni bir çerçeve kazandıracığı öngörülmektedir.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Yaşam Tarzı

Yaşam tarzı, bireyin kendi yaşamını şekillendirmesiyle ilgili yönelimdir (Camstra, 1996: 285). Bir insanın faaliyetlerinde, ilgi alanlarında ve düşüncelerinde kendini gösteren yaşama motifleri olarak da adlandırılan bu terim, bireyin hayatındaki tüm temsil ve etkileşim şeklini ortaya koyar (Kotler vd., 1999: 240). Bunun yanında hiçbir kitle, tamamen homojen değildir ve özünde her insan farklı nedenlerle bazı davranışları sergilemektedir. Bu farklılıkları belirlemek ve ele alınan kitlenin daha iyi anlaşılabilmesi için bireyleri kategorilendirmek gerekmektedir (Plummer, 1974: 34). Değişen tüketici istek ve ihtiyaçlarının daha etkin bir şekilde karşılanabilmesi için, heterojen bir pazarın benzer ürün talep eden tüketicilerden oluşan daha küçük homojen gruplara ayrılması ise pazar bölümlenme olarak tanımlanmaktadır (Smith, 1956: 6). Pazar bölümlenme günümüzde oteller, seyahat acenteleri, turistik cazibe merkezleri, restoranlar gibi turizm endüstrisinde faaliyet gösteren birimler tarafından da uygulanabilmektedir (Dolnicar, 2008: 129).

Pek çok araştırmada, "yaşam tarzı" terimi, tüketim tercihleri ve kişilerin ürün kullanım farklılıklarına dayanarak sınıflandırılmalarını ifade etmek için "psikografi" ile eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Psikografi alanındaki öncü araştırmacılardan biri olan Wells (1975: 207), psikografik araştırma kavramını tüketicileri, psikolojik boyutlara konumlamayı amaçlayan nicel araştırmalar olarak tanımlanmıştır. Psikografi, tüketicileri daha iyi anlamak için

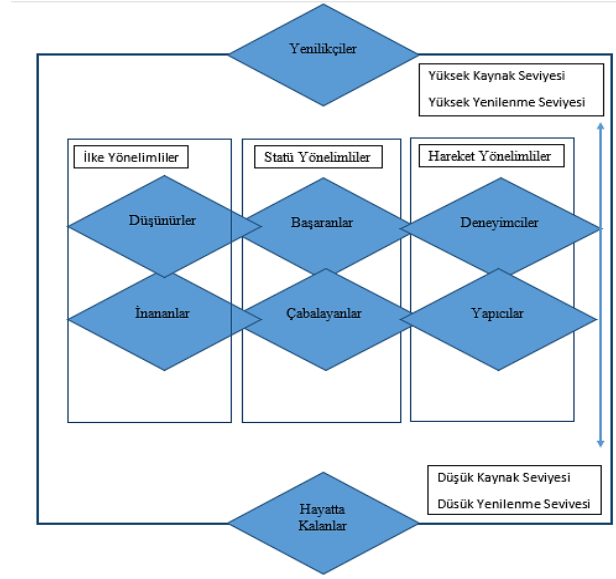
psikoloji ve demografiyi kullanma bilgisidir. Psikografik bölümlenmede tüketiciler psikolojik / kişilik özellikleri, yaşam tarzı veya değerler temelinde farklı gruplara ayrılır (Kotler ve Keller, 2006: 252). Psikografi, araştırmacılara kapsamlı bilgiler sunar. Demografi, “kimlerin” satın alma faaliyetinde bulunacağını tanımlamaya imkân verirken, psikografi bu kişilerin “neden” satın aldıklarını anlamaya yardımcı olur (Solomon vd., 2006: 562). Farklı cinsiyet, meslek ve gelir grubundan insanlar aynı otele konaklamak için gidebilmektedirler fakat bu bireyleri, oraya yönlendiren bir ortak ilgi alanı vardır. İşte bu, psikografik bölümlenmenin sahasına girmektedir (Kotler vd., 2014: 227).

1970’lerin sonlarında, Stanford Araştırma Enstitüsü’nde (SRI) bir grup, araştırmacı Arnold Mitchell öncülüğünde bir yaşam tarzı ölçüm metodu olan Değerler ve Yaşam Tarzı’nı (Values and Lifestyles/VALS) ortaya koymuştur. Bireylerin davranışlarını öngörme aracı olarak kullanılan bir ölçüm metodu olan VALS, tüketicilerin satın alma eğilimlerini de dikkate alır (Makower, 2009: 39). Mitchell, Amerika Birleşik Devletleri’nde karakteristik yaşam biçimlerini tespit etmek adına, ilk olarak VALS 1 olarak bilinen dokuz yaşam tarzı türü ortaya koymuştur (Horley vd., 1988: 384). Sonraki yıllarda geliştirilen VALS 2 ise, VALS’in ilk versiyonu olan VALS 1’ e nazaran psikografik bir temele dayanır ve daha çok tüketicilerin kalıcı tutum ve değerlerinden yararlanmaya çalışır (Chaplin, 1992). VALS’in ortaya çıktığı dönemde dahi Shih (1986: 10), VALS ölçeğinin, turizm araştırmalarında uygulanabilecek yararlı bir araç olduğunu savunmuştur.

VALS 2 ölçeği, 8 yaşam tarzı tipolojisine sahip olup, tüketicilerin para ve zamanlarını harcama şekilleri üzerine temellenmiştir. 8 alt boyut, bireyin güdülenmeleri temelinde farklılaşmaktadır. Bu güdülenmeler (yönelimler) ise “ilkesel”, “konumsal (başarı)” ve “hareket (kendini ifade etme)” motivasyonu şeklinde 3 ana grupta toplanmaktadır. İlkesel motivasyonlara sahip olanlar, Düşünürler ve İnananlar olmak üzere 2 grupta toplanmaktadır. Motivasyonu başarı olanlar kategorisinde ise Başaranlar ve Çabalayanlar şeklinde 2 grup vardır. Kendini ifade etme (hareket) ile güdülenenler kategorisinde de Yapıcılar ve Deneyimciler bulunmaktadır. İlkesel, konumsal ve hareket yönelimine ilaveten, bireylerin sahip oldukları harcanabilir kaynaklar (bilgi, zaman, para vb.) göz önüne alınarak oluşturulmuş Kaynak Yönelimi adlı bir kategori daha vardır. Bu kategori de Hayatta Kalanlar ve Yenilikçiler olmak üzere 2 grupta toplanarak toplamda 8 grubu tamamlamaktadır (Özgül, 2010: 121; Göktaş ve Tarakçı, 2018: 334; www.strategicbusinessinsights.com). Böylece, VALS 2 ölçeğinin başlıca karakteristik özellikleri, 2 ana kanal olan güdülenme ve kaynak kanalında kendini gösterip, güdülenmeler de kendi içinde ilke, başarı ve kendini ifade etme olarak 3 kısma ayrılmaktadır (Göktaş ve Tarakçı, 2018: 331).

İlkesel motivasyona sahip kişilerin seçimleri, inanç ve ilkeleriyle oluşmaktadır. Bu gruptaki bireyler seçimlerinde, sosyal onay duyguları/istekleri yerine inanç ve ilkeleri ile güdülenirler. Üründe işlevsellik ve güvenilirlik ararlar. Başarı motivasyonu güdülenen kişiler, tercihleri başkalarının eylemleri, görüş ve onayıyla yapan kişilerdir. Bu gruptaki bireyler, göze görünür bir sosyal konum elde etmek için gayret gösterirler ve diğer insanların eylemlerinden, onaylarından ve fikirlerinden fazlasıyla etkilenirler. Mevkiyi, konumu, prestiji sembolize edecek ürünlere ilgi duyarlar. Kendini ifade etme motivasyonu ile güdülenenler ise, sosyal ya da fiziksel aktivite arzusu, çeşitlilik ve risk alma isteği ile motive olan kişilerdir. Bu eylem odaklı tüketiciler, bireyselliklerini seçimleriyle ifade etmeye gayret gösterip, ürünlerde deneyim ararlar. Kaynaklar (en çoktan en aza doğru) ise tüketicilerin kullanması gereken psikolojik, fiziksel, demografik ve maddi imkânları ve kapasiteleri içermektedir. Yaş, gelir ve eğitim gibi demografik unsurlara ek olarak, bireyin tüketim eğiliminin oluşumunda enerji düzeyi, özgüven, entelektüellik, farklılık/orjinalite arayışı, yenilikçilik, dürtüsellik (spontanlık), liderlik, kendine güven, sağlık, satın alma isteği ve gösteriş gibi unsurlar da kritik bir rol oynamaktadır. Bu psikolojik özellikler temel demografik bilgilerle birlikte bireyin kaynaklarını belirler. Duruma göre değişen farklı kaynak seviyeleri, bir kişinin temel motivasyonunu artırır veya kısıtlar (Schiffman vd., 2012: 55; Mothersbaugh ve Hawkins, 2016: 431; www.strategicbusinessinsights.com).

VALS 2 bölümleri, Şekil 1’de gösterildiği gibi sekiz genel psikografik kesitten oluşur. Bu sınıflandırma, Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisine dayanmaktadır. En alt kısımda asgari kaynağa sahip insanlar ve üstte bol miktarda kaynağa sahip insanlar yer alır. Bu bölümlerin her birinde kendine özgü bir yaşam tarzı, tutum ve karar verme süreci bulunmaktadır. Şekil 1’de ayrıca karakteristik özellikler görülebilmektedir. Sekiz bölüm, kaynakları ve yönelimleri bakımından da farklılık gösterir. Dipte bulunanların sahip olduğu kaynaklar çok azdır ve yukarı doğru ilerledikçe kaynaklar artar. Dipteki insanlar, para ve fiziksel kaynakların yanı sıra eğitimden, sosyal ve psikolojik kaynaklardan ve özgüvenden daha yoksunlardır (Khan, 2006: 21).



Şekil 1. VALS 2 Tipolojisi

Kaynak: Kotler ve Keller, 2006: 254

VALS 2 çerçevesinde, kişilerin hangi yaşam tarzı grubuna dahil olduğunun tespiti için temsil ettikleri birincil ve ikincil mensubiyet durumu vardır. Bu kavram, bir kişinin mutlaka tek bir yaşam tarzı içerisinde değerlendirilmesi gibi bir kural olmadığına dikkati çeker. Örneğin, anket sorularını yanıtlamış olan bir turistin ait olduğu birincil yaşam tarzı grubu Deneyimciler iken bu kişi; ikincil olarak da Başaranlar grubunun özelliklerini taşıyabilir. Bu durum bireyin, keskin çizgilerle mutlaka belirli bir yaşam tarzı sınıflandırmasına dahil edilmesi şartının olmadığını ve her bireyin, 8 yaşam tarzı kesitinden az veya çok özellikler taşıyabileceğini açıklamaktadır. Ait olduğu birincil yaşam tarzı profili, bireyin asıl temsil ettiği baskın nitelikteki yaşam tarzı kesitini yansıtmaktadır.

VALS 2 çerçevesinde tanımlanan 8 adet VALS 2 profili şunlardır: (Bakhtadze, 2018: 244; Hamşioğlu, 2015: 22; Khan, 2006: 22; Riche, 1989: 26)

Yenilikçiler: Başarılı, çok yönlü, sofistike, özgüvenleri yüksek kişilerdir. Bu kategoride yer alanlar, bol kaynağa sahip oldukları için temel motivasyon unsurlarının üçünden de farklı oranlarda yararlanabilirler. Değişimlere öncülük eden lider vasfında bireylerdir ve yeni fikirlere ve teknolojilere açıktırlar. Faal tüketicilerdir. Gelişmiş zevklere sahiplerdir ve daha çok üst düzey ürünleri tercih ederler. Entelektüellerdir, dolayısıyla ilgi alanları geniştir. Aktiflerdir. İş dünyasında ve devlet makamlarında liderlik vasfı olan kişiler, bu yaşam tarzı kategorisine girerler. Taşkın (2009), bu kategorideki bireyleri “olanaklılar” olarak tanımlamaktadır.

Düşünürler: İdealleri ile motive olan bireylerdir. Düzene, bilgiye, sorumluluğa önem veren; halinden memnun, olgun ve düşüncelerini ifade edebilen kanaatkâr kişilerdir. İyi bir eğitim almışlardır. Yeni fikirlere açık kişilerdir. Ürünlerde değer, işlevsellik ve dayanıklı olma gibi özellikler arayan, işini bilen tüketicilerdir. Düşünürler, karar verme süreçlerinde bilgi toplayan bireylerdir.

Başaranlar: Bu gruptakilerin güdülenme kaynağı başarıya arzudur. Hedefe/amaca ulaşma odaklı ve geleneksel bir yaşam tarzları vardır. Otoriteye saygı duyarlar. Politik muhafazakâr yapıdadırlar. Aktif tüketici grubunda yer alırlar. İmajı önem veren kişilerdir ve tercihlerini çevrelerine de başarılarını yansıtmalarını sağlayabilecek güvenilir, kalitesi ispatlanmış ve prestijli ürünleri tercih etmekten yana kullanırlar. İşkoliktirler. Yoğun iş hayatına sahip bireyler olduklarından, kendilerine zaman kazandırabilecek ürünler tercih etmektedirler.

Deneyimciler: Güdülenmeleri, kendilerini ifade etmek şeklinde gerçekleşir. Genç, ani karar veren, hevesli, hayat dolu, coşkulu ve asi bireylerdir. Yeni imkânlar karşılığında heveslenir ve bu hevesten hemen soğuyabilirler. Riskli, yeni ve sıra dışı şeyleri tercih eden, eylem odaklı kişilerdir. Heyecan, çeşitlilik ve değişiklik arayan bireylerdir. Spor ve sosyal etkinliklerle açık havada yapılan etkinlikler için yeterli enerjiye sahiptirler. Hevesli

ve coşkulu tüketiciler oldukları için, gelirlerinin büyük kısmını eğlence, müzik, yemek, sinema gibi etkinliklere ve sosyalleşmeye harcarlar.

İnananlar: İdealleri ile güdülenen gruptaki bireylerdir. Muhafazakârdırlar. Geleneklerine ve yerleşik kurallara son derece bağlı; toplum, din, aile, ulus gibi kavramlara önem veren kişilerdir. Genellikle üyesi buldukları sosyal ve dini örgütler, aileleri, toplum ve ev etrafında süregiden rutin bir hayata sahiptirler. Daha çok yerleşik, sabit marka tercihleri vardır. Sadık tüketici olmakla birlikte, bilinen marka ve ürünleri tercih ederler. İhtiyaçlarını karşılamak için aza tamah ederler. İnananlar kategorisindeki bireyler, hangi faaliyetlerde bulunacağı az çok öngörülebilir insanlardır.

Çabalayanlar: Bu grupta yer alanlar, eğlenceyi seven ve modayı takip eden kişilerdir. Motivasyon kaynakları “başarı (statü)” olduğu için, başkalarının onayına ve kendileri hakkındaki düşüncelerine önem verirler. Çoğu, düşük bir gelire sahiptir. Kariyerlerine yeteri kadar odaklanamamaları ve beceri yönünden eksiklikleri olması nedeniyle iş hayatlarında çok fazla ilerlemeleri zordur. Gösterişi severler. Daha fazlası için çabalamak isterler.

Yapıcılar: Bu gruptaki bireylerin de güdülenmeleri “kendini ifade etme” yoluyla gerçekleşir. Araba tamiri, ev inşası gibi konularla ilgilidirler ve bunları yerine getirebilecek enerji ve maharete sahiplerdir. El becerileri iyi olan ve kendi kendine yetebilen bireylerdir. Yapıcılar işlerini, üzerinde çalışarak deneyimler. Alet-edevat satın alırlar. Pikap gibi taşıtlar edinirler ve uygulamalı çalışmalarında bu aletler onlara yardımcı olur.

Hayatta Kalanlar: Zor şartlar altında yaşarlar. Bu kategori, varoluş için mücadele etmekte olan bireyleri yansıtmaktadır. Dar gelirlidirler. Bildik, tanıdık kişi ve nesnelere kendilerini rahat hissedebilirler ve öncelikleri güvenlidir. İsteklerinin karşılanması bir kenara, ihtiyaçlarını dahi kıt kanaat karşılayabilirler. Eğitim seviyesi düşük, görece düşük vasıflara sahip, sosyal bağları nispeten zayıf ve hayata dair umutsuz bireyler olup, toplumda alt sınıfı ve tedbirli tüketiciyi temsil ederler. Başlıca kaygıları, temel ihtiyaçlarını karşılamaktır. Taşkın (2009), bu kategorideki bireyleri “olanaksızlar” olarak tanımlamaktadır.

2.2. Destinasyon Aidiyeti

Yaşamın vuku bulduğu alanlara “yerler” denir. Yerler birbirinden ayrı, belirgin bir karaktere sahiptir (Norberg-Schulz, 1979). Birçok insan, yaşamının belirli evrelerinde, belirli yerlerle arasında olumlu-olumsuz, iyi-kötü bir tür duygusal bağ oluşturur. Bu duygusal bağın varlığı, bireyin de varlığını açıklamakta ve yansıtmaktadır (Giuliani, 2003: 137). Aidiyet duygusu da birey ile yer arasında köprü kurmaya yardımcı bir bağ olarak görülür. Bowlby’ye (1982, 1991) göre, kişiler arası aidiyet kavramına temellenen aidiyet teorisi, annesine bağlanan bir bebeğin doğal gözlemlerine dayanır ve biyolojik olarak doğumla birlikte köklenir. Tsai (2012: 140), yer aidiyeti kavramını da Bowlby tarafından ortaya konan aidiyet teorisiyle ilişkilendirmekte ve yer aidiyetinin de temelini kişiler arası aidiyete dayandığını vurgulamaktadır.

Türk Dil Kurumu’na (TDK) göre destinasyon “varılacak olan yer” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2020). Leiper (1979: 397) ise turist destinasyonlarını, turistleri geçici olarak kalmaları maksadıyla çeken yerler ve bu çekiciliğe katkıda bulunan özellikler olarak tanımlamıştır. Jafari’ye (2000: 144) göre destinasyon tek bir konum, bir turun parçası olarak birçok varış noktası kümesi, hatta bir cruise gemisi gibi hareketli bir varış noktası olabilir.

Pazarlama perspektifinden bakıldığında, yerin kendisi hem bir üründür hem de bir arada bulunan ürünleri içerisinde muhafaza eden bir sandıktır. Bu yönüyle yer, destinasyonun tanıtımı için büyük öneme sahiptir (Ashworth ve Voogd, 1991: 7). Yer aidiyeti, turisti destinasyona duygusal ve psikolojik olarak bağlayabilen bir unsurdur. Turizm destinasyonu, yer aidiyetine dönüştüğü anda turistte güçlü emniyet, güven, çekicilik, neşe ve benlik duygusu uyandırabilmektedir. Bu nedenle yer aidiyeti, tekrar ziyaret niyetinin oluşmasında önemli bir etkiye sahip olan özgün bir turizm pazarlaması gücü olarak kabul edilir (Tsai, 2012: 139-141). Turizm araştırmalarında yer aidiyetine ekseriyetle birey-yer ilişkilerini anlamak ve turizm destinasyonlarını etkin bir şekilde yönetmek ve pazarlamak için başvurulmaktadır (Dwyer vd., 2019: 645).

Yer aidiyeti sıklıkla üzerinde durulmuş ve çevre psikolojisi, peyzaj, mimarlık gibi alanlarda çok sayıda geniş çaplı bilimsel araştırmaya konu olmuştur. Turizm alanında ise yapılan araştırmaların çoğunda, yer aidiyeti kavramı destinasyon aidiyeti kavramıyla anlamdaş olarak kullanılmaktadır. Bu açıdan, bu araştırmaya konu olan yer aidiyeti kavramıyla destinasyon aidiyeti kavramı aynı anlama karşılık gelecek şekilde kullanılmıştır.

Literatürde, turistlerin destinasyon aidiyetlerini ölçen birçok araştırma (Williams vd., 1992; Moore ve Graefe 1994; Bricker ve Kerstetter 2000; Lee, 2001; Vaske ve Kobrin 2001; Hou vd., 2005; Gross ve Brown, 2006; Hammitt vd., 2006; Yüksel vd., 2010; Hunt, 2008; Lee, 2011; Line ve Costen, 2011; Prayag ve Ryan, 2012; Tsai, 2012; Yeh vd., 2012; Ramkissoon vd., 2013; Veasna vd., 2013; Chen vd., 2014; Loureiro, 2014; Campón-Cerro vd., 2015; Jorgenson ve Nickerson, 2016; Reitsamer vd., 2016; Yılmazdoğan, 2017; Öksüz, 2017; Buonincontri vd., 2017; Loureiro ve Sarmiento, 2018; Schilar ve Kesitalo, 2018; Su vd., 2018; Dwyer vd., 2019; Lee vd., 2019; Vada vd., 2019) bulunmaktadır. Hidalgo ve Hernandez (2001: 274) yer aidiyetini, insanlarla belirli yerler arasındaki duygusal bağ ya da ilişki olarak tanımlamışlardır. Kotler vd. (2002: 4) ise yer aidiyetini sınırları çizilmiş fiziksel bir alanla insanlar arasındaki ilişkilerin psikolojik bir niteliği şeklinde tanımlamaktadır. Destinasyon aidiyeti ise, bireyin belirli bir ortam ile özdeşleşmesini ve ona verdiği değeri yansıtan, kişilerin bir turizm destinasyonu ile kurdukları bağ anlamına gelmektedir (Halpenny, 2006; Moore ve Grafe, 1994). Turistin bir yere yönelik aidiyetinin derecesi, o destinasyonun ikâme edilebilirliğini ve genel memnuniyet algılarını belirlemede önem teşkil eder (Williams ve Roggenbuck, 1989: 4). Ziyaretçilerin, kendilerine hitap eden bir destinasyonu ziyaret etmesi kendi içinde 2 önemli nesnel kaynaktan beslenmektedir. Bunlardan biri kişinin, o destinasyona gerçekleştirdiği ziyaretin sıklığı, bir diğeri de bireyin, o destinasyona gerçekleştirdiği ziyaretin sürekliliği/istikrarıdır (Stokols ve Shumaker, 1981: 456). Buna göre bir turist, belirli bir destinasyonu sık ziyaret etmeyebilir fakat aynı birey, istikrarlı şekilde o destinasyonu ziyaret ediyor ise o destinasyonun, o bireye hitap ettiğini söylemek mümkündür.

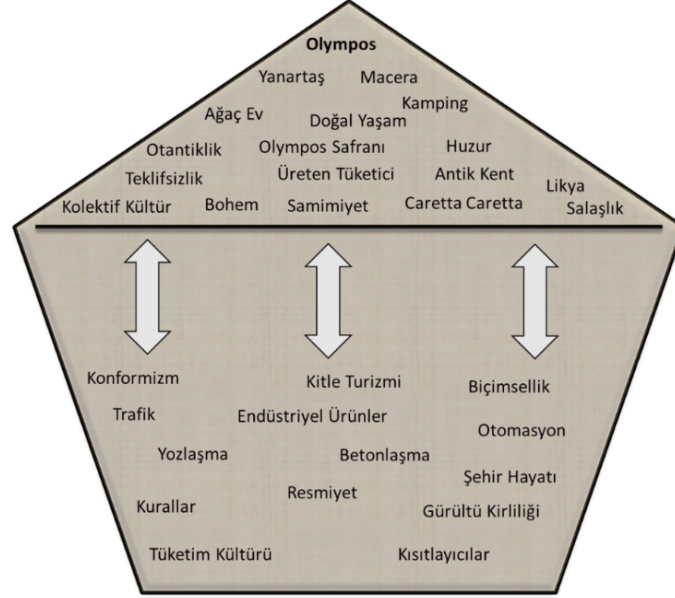
Yer aidiyeti, insanlar ile yerler arasındaki psikolojik bağ düzleminde ele alındığında iki temelde ayrılmaktadır. Bunlardan ilki, bir yere yönelik sembolik ya da duyuşsal aidiyet anlamına gelen “yer özdeşliği” dir. İkincisi ise, bir yere yönelik işlevsel aidiyet duygusu anlamına gelen “yer bağımlılığı” kavramıdır (Williams ve Vaske, 2003). Proshansky vd. (1983: 59), yer özdeşliğini: “Bireyin içinde yaşadığı fiziksel dünyada algıladığı bilişselliklerden oluşan öz kimliğinin alt uzantısı” şeklinde tanımlamışlardır. Literatürde, Türkçe dilinde yapılmış olan birçok çalışmada “place identity” kavramı, “yer kimliği” olarak tercüme edilmiştir. Relph (1976: 45), yer kimliği (identity of a place) ile yer özdeşliği (identity with a place) arasındaki farka vurgu yaparak; herhangi bir şeyin kimliğini, o şeyin başka şeylerden farklı olmasını sağlayan sürekli bir aynılık ve bütünlük olarak açıklamaktadır. Bu araştırma da tabiatı itibariyle destinasyon aidiyetinin bir bileşeni olan ve yer aidiyetine temellenen “yer özdeşliği” kavramını, “place identity” kavramına anlamdaş bir çerçevede konu edinmektedir.

Belli bir turistik yerin kimliğini, turistler ve yerel halk kendi özdeşimleriyle benimserlerken, yerler de bu kimliksel özdeşliğin oluşumuna katkıda bulunurlar (Shaw ve Williams, 2004: 186). Turistlerin destinasyon aidiyetinin sağlanabilmesi ise, destinasyonun sembolik/ikonik anlamları güçlendirilerek, destinasyonun hitap ettiği turistlerin benlik ve yaşam tarzı bağlamında orayı benimsemeleri ve o destinasyondaki sosyal kimliklerinin farkına varmaları ile mümkün olacaktır (Chen vd., 2016: 608). Açıklamalardan da anlaşılacağı üzere yer özdeşliği kişinin kendi benliği ve ruhu ile örtüşen yerlerle arasındaki ruhsal yakınsamayı ifade eden, kişinin o yeri kendisiyle ne kadar özdeşleştirdiği ile ilgili bir kavramdır. Yer aidiyetinin işlevsel öğelerinden “yer bağımlılığı” ise, bir yerin sakininin, kendisiyle belirli yerler arasındaki birliktelik (kenetlenme) gücü algısı olarak tanımlanmıştır (Stokols ve Shumaker 1981: 457). Bu işlevsellik, bir alanın ekonomik fırsatlar veya boş zaman fırsatlarını sağlama kabiliyeti ile de ilgilidir (Hunt, 2008: 112). Bireyin bir yere yönelik yer aidiyeti derecesini ölçmenin en etkili yolu, söz konusu yerin, bireyin gözünde diğer yerlerle ikâme edilebilirliğinin tespit edilmesidir. Yani turizm bağlamında bir turistin, bir destinasyonun yerine başka bir destinasyonu tercih edebilme olasılığı ne kadar yüksekse, söz konusu yere yönelik aidiyet duygusu da o ölçüde düşük olacaktır (Williams vd., 1992).

Bir bireydeki yer aidiyeti oluşumunu şekillendiren en önemli unsurlardan biri, bölgedeki kalış süresidir (Livingston vd., 2008: 9). Bir diğer çalışmada Reitsamer vd. (2016), turistlerin bir destinasyona yönelik aidiyet duygusu taşıyabilmeleri için o destinasyonu en az bir kez ziyaret etmeleri gerektiğini savunmaktadır. Bununla birlikte, bir kişinin bir destinasyonu hiç ziyaret etmese dahi (Farnum vd., 2005: 15), o destinasyona aidiyet duyabileceğini gösteren araştırmalar da mevcuttur.

Her destinasyonun kendine özgü benzersiz değerleri vardır. Belirli bir destinasyona atfedilen anlamlar, kişiler sayesinde o destinasyonla özdeşleşebilmektedir. Buna en çarpıcı örnek, bir kıyı destinasyonunun taşıyabileceği önemli özelliklerden olan sahile erişim kolaylığı, kumul yapıdaki sahil, erişilebilir alışveriş olanakları gibi unsurların hiçbirini taşıyamamasına rağmen Olympos’un rağbet gören bir destinasyon haline gelmesidir. Şekil 2’de, özgün bir

ruh taşımasının yanında arkeolojik, sanatsal, müzikal, tarihi, eğitsel, kültürel ve folklorik motifleri bünyesinde barındıran bir destinasyon olan Olympos'un taşıdığı özellikler görülmektedir. Olympos'u benzersiz bir destinasyon haline getiren ve buranın diğer destinasyonlardan farkını ortaya koyan bu çağrışımlar Olympos'un destinasyon ruhunu ortaya çıkaran mozaik birer yapı taşıdır.



Şekil 2. Bir Destinasyon Olarak Olympos'un Taşıdığı Ayırt Edici Özellikler

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu araştırmanın gerçekleştirildiği bölgede yer alan Olympos, M.Ö. I. yüzyıl ortalarında kurulan ve kurulduğu çağda Likya Birliği'nde 3 oyla temsil edilen, birliğe üye 23 kentten biridir. Bölgenin önemli simgelerinden olan Olympos Limanı, Helenistik dönemde adı korsanlarla anılan bir limandır ve Roma, Bizans ve Helenistik dönemlere ait kalıntıları taşımaktadır. Günümüze kadar ulaşan tarihi kalıntılar arasında hamam, tapınaklar, ortaçağ kalesi, tiyatro ve Bizans bazilikası sıralanabilir (Uğurlu, 2007: 1; Uçkan ve Öztaşkın, 2017: 80, www.kulturvarliklari.gov.tr; www.antalyakulturturizm.gov.tr). Türkiye'nin güneybatısında yer alan Olympos'un, Antalya'ya olan uzaklığı 80 km'dir. Olympos, Antalya'nın Kumluca ilçe sınırları içerisinde yer almaktadır ve yaklaşık 500 km uzunluğundaki Likya Yolu güzergâhı üzerindedir. Olympos'un bulunduğu alan, 1972 yılında milli park ilan edilmiş ve sit alanı olarak koruma altına alınmış bir bölgedir (beydaglari.tabiat.gov.tr). Bölgede yer alan Olympos Antik kenti, Yanartaş ve yaklaşık 3,2 km uzunluğundaki Çıralı Plajı, bu bölgenin en önemli turistik noktalarıdır. Bakir bir doğaya sahip bir bölge olan Olympos'taki ağaç evler, pansiyonlar ve bungalov tarzındaki tesisler, büyük ölçüde kırsal bir alanda yapılaşmış haldedir. Tablo 1'de yıllara göre Olympos Ören Yeri'ni ziyaret eden turist sayıları sunulmaktadır. İstatistikî verilerin tutulmaya başlandığı 2016 yılından itibaren, ziyaretçi sayısında gözle görülür bir artış meydana geldiği tablodan da anlaşılmaktadır.

Tablo 1. Yıllara Göre Olympos Ören Yeri'ni Ziyaret Edenlerin Sayısı

Yıl	Ziyaretçi Sayısı
2016	156.592
2017	170.907
2018	226.008
2019	243.891

Kaynak: Döner Sermaye İşletmesi Genel Müdürlüğü; Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

3. YÖNTEM

Olympos'un yerli turist ağırlıklı bir destinasyon olması nedeniyle araştırma, Olympos'u ziyaret eden yerli turistler üzerinde uygulanmıştır. Genel evrene ulaşmanın güçlüğü sebebiyle çalışma evrenini (ulaşılabilir evren) 1 Haziran 2019 - 22 Ağustos 2019 tarihleri arasında Olympos'u ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır.

3.1. Veri Toplama Araçları

Bu araştırma, yerli turistler arasından basit tesadüfi örneklem metodu ile seçilen kişilere yüz yüze anket uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Basit tesadüfi örneklem, olasılıklı bir örneklem metodudur ve evrendeki birimlerin örneklem içerisinde bulunma olasılıkları aynıdır (Ural ve Kılıç, 2006: 38). Ziyaretçilere dağıtılan 500 adet anket formundan 54 anket, araştırmaya dahil edilemeyecek dönütsel nitelikte olduğundan değerlendirmeden çıkarılmış ve analizler 446 anket ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmayı, %95 güven aralığında toplam 384 katılımcıyla gerçekleştirmek yeterli kabul edildiğinden 446 katılımcıyla gerçekleştirilen araştırma, yeterli bir örneklem teşkil etmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 132).

Katılımcılara uygulanmış olan ölçeklerden birincisi, SRI (Stanford Research Institute) bünyesinde Arnold Mitchell tarafından geliştirilen ve yaşam tarzı gruplarını belirlemeye yarayan psikografik pazar bölümlenme ölçeği olan VALS 2 ölçeğidir. Bu ölçekte 8 yaşam tarzı sınıflandırması bulunmaktadır. İkinci ölçek ise, Veasna vd. (2013) tarafından geliştirilen, turistlerin destinasyon aidiyetini ölçmek için kullanılan destinasyon aidiyeti ölçeğidir. Araştırmada yaşam tarzı ile ilgili 35, destinasyon aidiyeti ile ilgili 8 anket önermesi yer almaktadır. Nicel araştırma deseninde gerçekleştirilmiş olan bu araştırmada veri toplama aracı olarak anket tercih edilmiş, oluşturulan anket formları katılımcılara Türkçe dilinde uygulanmıştır. İfadelere katılım düzeyinin değerlendirilmesi amacıyla 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. İfadeler, 1- Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Ne katılıyorum, ne katılmıyorum, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle katılıyorum şeklinde kategorilendirilmiştir.

Araştırmada elde edilen veriler, istatistik paket programlarından yararlanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizinden önce eksik veri analizi yapılmış ve eksik veriye rastlanmamıştır. Ayrıca, değişkenler arasındaki ilişkilerin anlamlılık içerip içermediği ve içeriyorsa, ilişki derecesini belirlemek amacıyla Pearson Korelasyon analizine başvurulmuştur. Regresyon ve doğrulayıcı faktör analizi yöntemi ile veriler analiz edilmiştir ve hipotezler sınanmıştır. İstatistiksel testlerde verilerin normallik değerlendirmesi için basıklık ve çarpıklık katsayıları incelenmiş; değerlerin -2 ila +2 arasında olması sebebiyle normal dağılım gösterdiği görülmüştür (George ve Mallery, 2010). Bunun yanında, istatistiksel uygulamalar yapılmadan önce, Mahalanobis yardımıyla aykırı değerlere bakılmış ve aykırı değerlere rastlanmamıştır.

3.2. Hipotezler

Turistlerin ortaya koyduğu yaşam tarzı profili ve belirli bir turist profiline hitap eden destinasyonlar farklı özellikler taşımaktadır. Bunun yanında, bazı turistler, tipolojik olarak benzer özellikler ortaya koymaktadır. Bu aşamada, her bireye farklı hizmet sunulmasının güçlüğünden hareketle, turizmde pazar bölümlenme, turistleri psikografik olarak sınıflandırmayı gerekli kılmaktadır (Dolnicar, 2008: 129). Turistin davranış ve tutumlarında kendini gösteren yaşam tarzı; destinasyon seçimi ve satın alma davranışlarını da önemli ölçüde etkilemektedir (Kozak, 2012: 110). Dolayısıyla, taşıdığı nitelikler kendi yaşam tarzı ile örtüşen bir yere karşı birey, daha güçlü aidiyet taşıyacaktır (Livingston vd., 2008: 9). Araştırmanın hipotezleri, turistlerin yaşam tarzlarının, destinasyon aidiyeti üzerinde etkili olduğu varsayımı üzerine temellenmektedir.

H1: Katılımcıların yaşam tarzları ile destinasyon aidiyetleri arasında anlamlı ilişki vardır.

H2: Katılımcıların, yaşam tarzı alt boyutlarının destinasyon aidiyetleri üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₁: Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından olan Deneyimciler alt boyutunun, destinasyon aidiyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₂: Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından olan Yapıcılar alt boyutunun, destinasyon aidiyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₂₃: Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından olan Düşünürler alt boyutunun, destinasyon aidiyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₂₄: Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından olan Çabalayanlar alt boyutunun, destinasyon aidiyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₂₅: Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından olan Hayatta Kalanlar alt boyutunun, destinasyon aidiyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₂₆: Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından olan İnananlar alt boyutunun, destinasyon aidiyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₂₇: Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından olan Başaranlar alt boyutunun, destinasyon aidiyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₂₈: Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarından olan Yenilikçiler alt boyutunun, destinasyon aidiyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.

3.3. Güvenirlik ve Geçerlik

Araştırmada kullanılan ölçeklerinin geçerlilik ve güvenilirlikleri sınanmış, doğrulayıcı faktör analizi ile ölçeklerin yapı geçerliliği sağlanmıştır. Böylece, alanyazındaki ölçeklerin aslına uygun bir yol izlenmiştir. Cronbach Alpha katsayısının kullanıldığı güvenilirlik testinde Yaşam Tarzı ölçeği için genel güvenilirlik katsayısı 0,855 olup Destinasyon Aidiyeti ölçeği için ise (tek boyutlu) güvenilirlik katsayısı 0,965' tir. Bununla birlikte, güvenilirliğin ayrıntılı olarak incelenmesi adına ölçekler ikiye bölünerek split-half yöntemi ile analiz edilmiştir. Buna göre, destinasyon aidiyeti ölçeğinin birinci yarısının Alpha değeri 0,934, ikinci yarısının ise 0,939'dur. Yaşam tarzı ölçeğinin ilk yarısının güvenilirliği için Alpha değeri 0,891 ikinci yarısı için ise 0,841'dir. Yaşam tarzı ölçeğinin alt boyutlarının güvenilirliği ile ilgili değerler ise, alt boyutlar genelinde 0,745 ila 0,979 aralığındadır. Ölçek ve alt boyutlar ile ilgili bilgiler Tablo 2'de sunulmuştur. Özdamar'a (2004: 633) göre, Alpha değeri $0.60 < \alpha < 0.80$ aralığında ise oldukça güvenilir, $0.80 < \alpha < 1.00$ ise yüksek derecede güvenilirdir. Buna göre ölçeklerin genel ortalama ve yaşam tarzı ölçeği alt boyutları bağlamında yüksek derecede güvenilir oldukları sonucuna varılabilir.

Tablo 2. Ölçeklerin ve Alt Boyutların Güvenilirliği ile İlgili İstatistikler

Ölçekler	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha
Yaşam Tarzı	35	,855
Destinasyon Aidiyeti	8	,965
Yaşam Tarzı Alt Boyutları		
Deneyimciler	9	,979
Yapıcılar	6	,942
Çabalayanlar	5	,945
Düşünürler	4	,913
İnananlar	4	,923
Hayatta Kalanlar	3	,918
Başaranlar	2	,809
Yenilikçiler	2	,745

Bir araştırmada, geçerlilik ve güvenilirliği daha önce rapor edilmiş ölçekler kullanılıyorsa, böyle bir ölçeğe tekrar keşfedici faktör analizi uygulamaktansa, doğrulayıcı faktör analizi uygulamak daha uygun bir yaklaşımdır. Böylece kuramsal temeli hali hazırda belirlenmiş bir ölçeğin yapısal doğruluğu sınanmış olmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016: 331). Modelin geçerlenmesi bakımından, doğrulayıcı faktör analizinde uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir veya iyi uyum aralığında seyretmesi gerekmektedir. Değişkenlere ait doğrulayıcı faktör analizi bulguları ve uyum iyiliği değerleri aşağıda, Tablo 3'te sunulmaktadır.

Tablo 3. Yaşam Tarzı ve Destinasyon Aidiyeti Ölçeklerinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İndeksleri

Değişken	CMIN	CMIN/DF	SRMR	GFI	AGFI	NFI	IFI	CFI	RMSEA
Yaşam Tarzı	658,11	1,237	0,0257	0,923	0,909	0,957	0,991	0,991	0,023
Destinasyon Aidiyeti	53,7	2,982	0,0134	0,972	0,943	0,987	0,991	0,991	0,067
Kabul Edilebilir Uyum	-	$3 < x^2/df < 5$	$< 0,08$	$< 0,90$	$< 0,90$	$< 0,90$	$< 0,90$	$< 0,90$	$< 0,08$
İyi Uyum	-	$x^2/df < 3$	$< 0,05$	$< 0,95$	$< 0,95$	$< 0,95$	$< 0,95$	$< 0,95$	$< 0,05$

Kaynak: Çokluk, vd., 2012: 271-272; Gürbüz ve Şahin, 2016: 337; Meydan ve Şeşen, 2011: 37; Şimşek, 2007

Yaşam Tarzı ölçeği için gerekli modifikasyon önerileri uygulandıktan sonra bütün uyum iyiliği değerlerinde düzelme gözlemlenmiştir. 8 boyutta faktörleşen Yaşam Tarzı ölçeği için Tablo 3'te görülen uyum iyiliği değerleri, modelin iyi uyum gösterdiğini ortaya koymaktadır. [$x^2=658.11$, $x^2/df=1.237$, $SRMR=0,0257$, $GFI=0.923$, $AGFI=0.909$, $NFI=0.957$, $IFI: 0,991$, $CFI=0.991$, $RMSEA=0.023$]. Destinasyon Aidiyeti ölçeği için ise, uygulanan modifikasyon işlemi sonrası, RMSEA ve GFI başta olmak üzere bütün uyum iyiliği değerlerinde düzelme gözlemlenmiştir. Destinasyon Aidiyeti ölçeği için de uyum iyiliği değerleri, modelin iyi uyum gösterdiğini ortaya koymaktadır. [$x^2=53.7$, $x^2/df=2.982$, $SRMR=0,0134$, $GFI=0.972$, $AGFI=0.943$, $NFI=0.987$, $IFI: 0,991$, $CFI=0.991$, $RMSEA=0.067$].

Tablo 4'te Yaşam Tarzı ölçeği için, Tablo 5'te ise Destinasyon Aidiyeti ölçeği için doğrulayıcı faktör analizi ve boyutsal ayrışım ile ilgili bilgiler verilmiştir. Her iki ölçeğe ait bilgiler aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 4. Yaşam Tarzı Ölçeği İçin Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Boyutsallığa İlişkin İstatistikler

Boyutlar	İfadeler	Standardize Regresyon Yükü	Standart Hata	Kritik Değer	Yapı Güvenirliği (CR)	AVE
Deneyimciler	Deneyim1 (S1)	0,882	-	-	0,979	0,838
	Deneyim2 (S2)	0,904	0,029	35,759		
	Deneyim3 (S8)	0,935	0,036	31,735		
	Deneyim4 (S16)	0,921	0,035	30,553		
	Deneyim5 (S21)	0,882	0,039	27,536		
	Deneyim6 (S22)	0,934	0,035	31,667		
	Deneyim7 (S27)	0,929	0,036	31,202		
	Deneyim8 (S30)	0,919	0,035	30,375		
	Deneyim9 (S31)	0,932	0,035	31,452		
Yapıcılar	Yapıcı1 (S3)	0,829	-	-	0,942	0,731
	Yapıcı2 (S10)	0,898	0,043	23,986		
	Yapıcı3 (S17)	0,877	0,039	26,102		
	Yapıcı4 (S24)	0,858	0,046	22,301		
	Yapıcı5 (S29)	0,881	0,047	23,271		
	Yapıcı6 (S32)	0,782	0,050	19,374		
Düşünürler	Düşünür1 (S7)	0,851	-	-	0,913	0,725
	Düşünür2 (S28)	0,825	0,044	21,234		
	Düşünür3 (S33)	0,869	0,045	23,039		
	Düşünür4 (S35)	0,860	0,045	22,694		
Çabalayanlar	Çabalayan1 (S4)	0,868	-	-	0,953	0,802
	Çabalayan2 (S11)	0,879	0,035	27,980		
	Çabalayan3 (S15)	0,918	0,039	28,100		
	Çabalayan4 (S18)	0,891	0,040	26,426		
	Çabalayan5 (S25)	0,920	0,038	28,227		
Hayatta Kalanlar	Hayatta Kalan1 (S9)	0,912	-	-	0,918	0,789
	Hayatta Kalan2 (S23)	0,876	0,037	26,155		
	Hayatta Kalan3 (S34)	0,876	0,037	26,152		
İnananlar	İnanan1 (S5)	0,861	-	-	0,924	0,751
	İnanan2 (S12)	0,887	0,041	24,732		
	İnanan3 (S20)	0,868	0,046	23,859		
	İnanan4 (S26)	0,851	0,044	23,067		

Başaranlar	Başaran1 (\$6)	0,856	-	-	0,812	0,683
	Başaran2 (\$19)	0,796	0,204	4,763		
Yenilikçiler	Yenilikçi1 (\$13)	0,767	-	-	0,740	0,588
	Yenilikçi2 (\$14)	0,766	0,197	4,710		

Tablo 5. Destinasyon Aidiyeti Ölçeği İçin Doğrulatory Faktör Analizi ve Boyutsallığa İlişkin İstatistikler

Boyutlar	İfadeler	Standardize Regresyon Yüğü	Standart Hata	Kritik Değer	Yapı Güvenirliğı (CR)	AVE
Destinasyon Aidiyeti	Aidiyet1 (\$36)	0,883	-	-	0,965	0,775
	Aidiyet2 (\$37)	0,848	0,037	25,052		
	Aidiyet3 (\$38)	0,866	0,037	26,123		
	Aidiyet4 (\$39)	0,891	0,036	27,817		
	Aidiyet5 (\$40)	0,918	0,036	29,839		
	Aidiyet6 (\$41)	0,895	0,036	28,007		
	Aidiyet7 (\$42)	0,884	0,037	27,363		
	Aidiyet8 (\$43)	0,854	0,037	25,350		

Doğrulatory faktör analizinde, ölçek düzeyinde yakınsak geçerlilik incelenmiştir. Yakınsak geçerlilik şartının sağlanması, değişken altında toplanan ifadelerin oluşturdukları faktörle ve birbirleriyle ilişkili olduklarının bir kanıtıdır. Yakınsak geçerlilik şartının sağlanabilmesi için, ölçekteki tüm CR değerlerinin AVE (Average Variance Extracted) değerinden büyük olma şartını taşıması gerekmektedir. Bunun yanında AVE değerleri ise 0,5'in üzerinde olmalıdır. AVE, Ortalama Açıklanan Varyans anlamına gelmektedir ve bu değer, faktör ifade yükleri toplamını faktörde bulunan ifade sayısına bölmek suretiyle elde edilmektedir (Yaşlıoğlu, 2017: 82). Tablo 4 ve Tablo 5'ten de görüleceği üzere, ölçeklerdeki tüm CR değerleri AVE değerinden büyük olup, AVE değerleri de 0,50'nin üzerindedir. DFA sonucunda Tablo 4 ve Tablo 5'te CMIN, CMIN/DF, SRMR, GFI, AGFI, NFI, IFI, CFI, RMSEA uyum indeksleri verilmiştir. Hesaplanan değerlerin her birinin gerekli aralıklarda olduğu görülmüştür. Buna göre, gerçekleştirilen doğrulatory faktör analizinde yakınsak geçerlilik de sağlanmıştır.

4. BULGULAR

Katılımcılarla ilgili demografik bulguların sunulduğu Tablo 6'da, cinsiyet dağılımının hemen hemen eşit olduğu ve Olympos'u ziyaret eden yerli turistlerin üçte ikisinden fazlasının genç ve bekâr kitleden oluştuğu görülmektedir. Bu durum, gençlik turizmine uygun bir destinasyon olan, özgür ruhlu ve sırt çantalı turistlerin ziyaret ettiği Olympos için öngörülebilir bir sonuçtur. Ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun Türkiye şartlarında düşük ve düşük-orta gelir düzeyinde olduğu; dolayısıyla gelir durumlarının alt ve alt-orta segmenti temsil ettiği görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık olarak %90'ının yükseköğrenim tahsili almış olması, Olympos'un ziyaretçi kitlesinin eğitilmiş ve entelektüellik seviyesi yüksek kişilerden oluştuğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların baskın çoğunluğunun (%82) çocuk sahibi olmayan turistlerden oluştuğu görülmekte; katılımcılar arasında 3 veya daha fazla çocuk sahibi olan birey bulunmamaktadır. Ziyaretçilerin yaklaşık olarak %71'i, Olympos'u 2 veya daha fazla kez ziyaret etmişlerdir. Katılımcıların yaklaşık %80'inin 2 gece ve daha fazla geceleme yaptıkları görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık %75'inin Olympos'u gelecekte tekrar ziyaret etmek istediği ve %85'inin Olympos destinasyonunu ziyaret etmeyi başkalarına da tavsiye ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya dahil olanların yarısından fazlasının Olympos destinasyonunu bir arkadaş grubuyla ziyaret ettikleri gözlenmektedir. Bu sonuç da Olympos destinasyonunun kolektif kültür bağlamında bir "sosyal destinasyon" rolü üstlendiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 6. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Ait Bilgiler

Demografik Değişkenler		Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	219	49,1
	Kadın	227	50,9
Yaş	18-24	67	15
	25-29	143	32,1
	30-34	91	20,4
	35-44	119	26,7
	45-54	18	4,0
	55-64	8	1,8
	65 veya üzeri	0	0
Medeni Durum	Evli	133	29,8
	Bekâr	313	70,2
Aylık Gelir Durumu	2000 TL'den az	72	16,1
	2000-3500 TL	106	23,8
	3501-5000 TL	100	22,4
	5001-7500 TL	103	23,1
	7500 TL'den fazla	65	14,6
Eğitim Durumu	İlköğretim	0	0
	Lise	50	11,2
	Ön Lisans	43	9,6
	Lisans	248	55,6
	Yüksek Lisans	87	19,5
	Doktora	18	4,1
Tesis Türü	Otel	22	4,9
	Pansiyon	103	23,1
	Kamping	86	19,3
	Çiftlik/Köy Evi	17	3,8
	Ağaç Ev	110	24,7
	Bungalov	108	24,2
	Karavan	0	0
	Çocuk Sayısı	Çocuğu yok	366
1 Çocuk Sahibi		49	11,0
2 Çocuk Sahibi		31	7,0
3 veya Daha Fazla Çocuk Sahibi		0	0
Ziyaret Sayısı	İlk defa gelenler	129	28,9
	2. Ziyaret	89	20,0
	3. Ziyaret	54	12,1
	4. Ziyaret	55	12,3
	5. veya Daha Fazla Sayıda Ziyaret	119	26,7
Geceleme Sayısı	Tek Gece	147	33,0
	2 Gece	116	26,0
	3 Gece	48	10,7
	4 Gece	62	13,9
	5 veya Daha Fazla Gece	73	16,4
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	Düşünüyor	333	74,7
	Düşünmüyor	113	25,3
Başkalarına Tavsiye Etme	Tavsiye Ediyor	378	84,8
	Tavsiye Etmiyor	68	15,2
Eşlik Eden	Yok (Yalnız Gezgin)	22	4,9
	Arkadaş Grubu	243	54,5
	Ailesi	90	20,2
	Partneri	91	20,4

Araştırmada, Yaşam Tarzı ve Destinasyon Aidiyeti değişkenlerinin arasında bir ilişki olduğu ön savından hareketle, değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçmek için Pearson Korelasyon Analizi uygulanmıştır. Yaşam Tarzı ve Destinasyon Aidiyeti değişkenleri arasındaki ilişkiyi yansıtan korelasyon tablosu, aşağıda Tablo 7'de sunulmaktadır.

Tablo 7. Değişkenler Arası Korelasyon Tablosu

Faktör	Yaşam Tarzı	Destinasyon Aidiyeti
Yaşam Tarzı	-	0,180**
Destinasyon Aidiyeti	0,180**	-

*p<0,05, **p<0,01

Ölçekleri temsil eden ve tüm ölçek maddelerini kapsayan 2 ayrı değişken olan Yaşam Tarzı ile Destinasyon Aidiyeti değişkenleri arasında ($r=0,180$; $p<0,01$) pozitif yönde ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir (H1 hipotezi kabul edilmiştir).

Tek boyutlu Destinasyon Aidiyeti değişkeni ile 8 boyuttan oluşan Yaşam Tarzı değişkeninin alt boyutları arasındaki ilişki, Pearson korelasyon testi ile incelenmiştir. Yaşam Tarzı değişkeni alt boyutlarının kendi aralarındaki anlamlı ilişkiler incelendiğinde, sırasıyla en yüksek ilişki katsayısının Deneyimciler ve Düşünürler yaşam tarzı alt boyutları arasında ve pozitif yönde ($r=0,335$; $p<0,01$) olduğu tespit edilmiştir. Hareket motivasyonu ile güdülenen ve dinamik bir yaşam tarzı alt boyutu olan Deneyimciler ile mistik ve filozofik özellikler ortaya koyan Düşünürler alt boyutu arasındaki bu ilişki, Olympos destinasyonunun taşıdığı ruhla örtüşmekte ve bu destinasyon özelinde birbirini tamamlamaktadır. Yapıcılar ile Düşünürler alt boyutları arasında ise pozitif yönde ($r=0,235$; $p<0,01$) ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu sonuç, zorluklarla baş etme, el becerileri, tamirat gibi konularda öne çıkan Yapıcılar alt boyutundaki turist kitlesinin, “hippi” yaşam tarzının bu destinasyondaki tamamlayıcısı olan filozofik alt boyut Düşünürler ile kesişimini ortaya koymaktadır. Deneyimciler ile Hayatta Kalanlar ($r=-0,275$; $p<0,01$) ve Düşünürler ile Hayatta Kalanlar ($r=-0,231$; $p<0,01$) alt boyutları arasında negatif yönde ve anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Zayıf sosyal bağları olan ve eğitim düzeyi, enerji düzeyi ve vasıfları düşük seviyede olan Hayatta Kalanlar kesitine dahil olan turistlerin filozofik temelli Düşünürler ile hareket temelli Deneyimciler yaşam tarzı profilindeki turistlerle ayrışması da beklenen bir sonuçtur. Destinasyon Aidiyetinin, Yaşam Tarzı değişkeni alt boyutları ile arasında en yüksek ilişki katsayısının sırasıyla Deneyimciler ($r=0,183$; $p<0,01$), Düşünürler ($r=0,150$; $p<0,01$) ve Yapıcılar ($r=0,147$; $p<0,01$) ile pozitif yönde; Hayatta Kalanlar ($r=-0,100$; $p<0,05$) ile ise negatif yönde ve anlamlı olduğu bulgulanmıştır.

Özellikle 8 alt boyuta sahip Yaşam Tarzı ölçeğinin faktör niteliği, birbirinden ayrı 8 farklı kişilik tiplemesini (uygitsincilik, maceraperestlik, üst sosyal sınıf yaşam tarzı, alt sosyal sınıf yaşam tarzı, el işi ve tamiratla ilgili güdülenmeler, statü ve başarı ile ilgili güdülenmeler, filozofik yaşam tarzı, gösterişçi ya da moda tandanslı yaşam tarzı gibi) yansıttığı için boyutlar arasındaki korelasyonun yüksek olmaması öngörülebilir bir sonuçtur. Şencan’a (2005: 25) göre, bir ölçeğin alt boyutları arasındaki korelasyon değerinin her zaman yüksek çıkması şartı yoktur.

Yaşam Tarzı değişkeninin alt boyutlarının Destinasyon Aidiyeti değişkeni üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla, çoklu doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır. Yaşam Tarzı alt boyutlarının her birinin, Destinasyon Aidiyeti üzerindeki etkisi aşağıda, Tablo 8’de sunulmaktadır.

Tablo 8. Yaşam Tarzı Değişkeninin Alt Boyutlarının Destinasyon Aidiyeti Üzerindeki Etkisi

	Standarize Tahmin Değeri	Düzeltilmiş R ²	F	P	HİPOTEZ
Destinasyon Aidiyeti←Deneyimciler	0,183	0,045	6,225	0,000**	H ₂ ₁ : Kabul
Destinasyon Aidiyeti←Yapıcılar	0,147			0,001**	H ₂ ₂ : Kabul
Destinasyon Aidiyeti←Düşünürler	0,150			0,001**	H ₂ ₃ : Kabul
Destinasyon Aidiyeti←Çabalayanlar	0,022			0,645	H ₂ ₄ : Ret
Destinasyon Aidiyeti←H. Kalanlar	-0,010			0,035*	H ₂ ₅ : Kabul
Destinasyon Aidiyeti←İnananlar	-0,040			0,401	H ₂ ₆ : Ret
Destinasyon Aidiyeti←Başaranlar	0,001			0,353	H ₂ ₇ : Ret
Destinasyon Aidiyeti←Yenilikçiler	0,002			0,321	H ₂ ₈ : Ret

Durbin Watson: 1,809 **p<0.01; *p<0.05

Yaşam tarzının alt boyutlarının destinasyon aidiyeti üzerindeki etkisinin incelendiği Tablo 8'e göre Deneyimciler ($\beta = 0.183$, $p < 0.01$), Yapıcılar ($\beta = 0.147$, $p < 0.01$), Düşünürler ($\beta = 0.150$, $p < 0.01$) ve Hayatta Kalanlar ($\beta = -0.010$, $p < 0.05$) alt boyutlarının destinasyon aidiyeti üzerinde istatistiki açıdan anlamlı bir etkisi vardır. Buna göre Yaşam tarzı bağımsız değişkeninin alt boyutlarından Deneyimciler, Yapıcılar ve Düşünürler alt boyutlarının destinasyon aidiyeti bağımlı değişkeni üzerindeki etkisi pozitif olup, Hayatta Kalanlar alt boyutunun ise destinasyon aidiyeti bağımlı değişkeni üzerindeki etkisi negatiftir. Ayrıca, destinasyon aidiyeti değişkeninin %4,5'i ($R^2 = 0,045$), yaşam tarzı bağımsız değişkeninin alt boyutlarından olan Deneyimciler, Yapıcılar, Düşünürler ve Hayatta Kalanlar tarafından anlamlı şekilde ($p < 0,01$) açıklanmaktadır. Çoklu doğrusal regresyon varsayımlarından biri olan, hata terimleri arasında otokorelasyon olmaması durumu, Durbin Watson değerine başvurularak ölçülebilmektedir. 1,5-2,5 aralığındaki Durbin Watson değerleri normal kabul edilmektedir (Küçüksille, 2016: 267). Buna göre araştırmada, çoklu doğrusal regresyon testi sonucunda 1,809 olarak hesaplanan Durbin Watson değerinin normal aralıkta olduğu ve otokorelasyon olmadığı söylenebilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turistik anlamda mistik özellikler taşıyan bir destinasyon olan Olympos'un, bu yönüyle, ağırladığı turist profili de sıra dışıdır. Bu bölge, ziyaretçilerinin genellikle sırt çantalı, alternatif turizmi tercih eden ve bohem turist profili özellikleri taşıması yönüyle klasik turist tipolojisinden ayrılmaktadır. Bunun yanında, her turist tipini memnun edebilecek bir turistik hizmet sunumu gerçekleştirme fikri iddialı olacaktır. Bu çerçeveden bakıldığında, VALS tipolojisi içindeki bazı yaşam tarzı profillerinin, Olympos destinasyonu özelinde potansiyel oluşturabilecek turist kategorisinin dışında kaldığı görülmektedir. Bu durum, turistik pazar bölümlenimin yer/bölge duyarlılığı olan bir yöntem olduğunu ve destinasyona özgü bir araştırma tertip etmek gerektiğini açıklamaktadır.

Günümüzde birçok yönüyle birbirine benzeyen sayısız destinasyon bulunmakta, bu da destinasyonlar arasında rekabet ortamını doğurmaktadır. Bu rekabet ortamında başarılı olabilmek için, destinasyonun ayırt edici özelliklerinin ortaya konması ve uygun pazar bölümleniminin yapılması önemlidir. Bu da destinasyon imajının ve destinasyonun turistik çekiciliklerinin öne çıkarılıp, potansiyel turistler açısından bir odak yaratılmasıyla mümkün olacaktır. Kimlik kazanamamış ve farklı nedenlerle ihmâl edilmiş bir destinasyona karşı orayı ziyaret eden turistlerin destinasyon ile aralarında duygusal bir bağ kurulması, diğer bir deyişle destinasyon aidiyetinin oluşması zorlaşacaktır. Alanyazında; destinasyonda kalış süresi (Livingston vd., 2008: 9), destinasyonu farklı zamanlarda tekrar ziyaret etmek (Farnum vd., 2005: 15; Cardinale vd., 2016), destinasyonla turist arasındaki ilişkinin sürdürülebilirliği (Stokols ve Shumaker, 1981: 456), o destinasyonu içselleştirmek (Loureiro ve Sarmento, 2018) gibi turistlerde destinasyon aidiyeti oluşumunu etkileyen farklı etmenlerden bahsedilmiştir. Destinasyon ile arasında duygusal bir bağ oluşan birey, o destinasyonu kendi evi gibi benimsemekte (Yüksel vd., 2010: 275), o destinasyonu ziyaret eden diğer insanlarla da bu duygudaşlıkta buluşmaktadır. Böylece, bireyin destinasyona yönelik aidiyeti pekişmektedir.

Olympos'un topoğrafik yapısı, bölgede ekstrem spor faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine uygun bir ortam sağlamaktadır. Bu özelliklere sahip bir destinasyonda, hedefe odaklı, zorluk ve engellerin bulunduğu turistik aktivitelerin (challenge) işaret ettiği birincil turist tipi VALS kategorileri içerisinde sıradışı, hareket motivasyonu ile güdülenen ve dinamik bir yaşam tarzı alt boyutu olan Deneyimciler'dir. Bunun yanında zorluklarla baş etme, tamirat ve el becerileri gibi konularda diğer yaşam tarzı gruplarından ayrılan Yapıcılar alt boyutu da bu destinasyonla özdeşleşen ikincil bir turistik yaşam tarzı alt boyutudur. Olympos'un turistik ambiyansı ile örtüşen mistik, filozofik özellikler taşıyan bir diğer yaşam tarzı alt boyutu ise Düşünürler'dir. Buna göre, araştırmanın sonuçları da işaret etmektedir ki Olympos'u ziyaret eden turistlerin Deneyimciler ($\beta = 0.183$, $p < 0.01$), Yapıcılar ($\beta = 0.147$, $p < 0.01$) ve Düşünürler ($\beta = 0.150$, $p < 0.01$) yaşam tarzı kesitine dahil olmaları, Olympos destinasyonuna yönelik aidiyetleri üzerinde anlamlı ve pozitif etkiye sahiptir. Hayatta Kalanlar ($\beta = -0.010$, $p < 0.05$) alt boyutu ise destinasyon aidiyeti üzerinde negatif etkiye sahiptir. Hayatta Kalanlar kategorisini temsil eden katılımcı profilinin entelektüellik, enerji, sağlık, eğitim gibi kaynaklara en düşük seviyede sahip olmaları bakımından Olympos destinasyonu ile örtüşmemesi beklenen bir sonuçtur. Ayrıca, destinasyon aidiyeti değişkeninin %4,5'i ($R^2 = 0,045$), yaşam tarzı bağımsız değişkeninin alt boyutlarından olan Deneyimciler, Yapıcılar, Düşünürler ve Hayatta Kalanlar tarafından açıklanmaktadır (H_2 kısmen kabul edilmiş, H_{2_1} , H_{2_2} , H_{2_3} , H_{2_5} hipotezleri ise kabul edilmiştir).

Bu araştırmanın sonuçları, Yaşam Tarzı ile Destinasyon Aidiyeti değişkenleri arasında ($r=0,180$; $p<0,01$) pozitif yönde ve anlamlı ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Deneyimciler ve Yapıcılar yaşam tarzı alt boyutundaki katılımcıların kendi yaşam tarzlarına uygun olan kampingi tercih ettikleri; yerleşik kuralları olan ve konfor alanlarını bozmaktan kaçınan İnananlar alt boyutundaki katılımcıların ise nispeten otelde konaklamayı tercih ettikleri, araştırmanın bir diğer sonucudur. VALS yaşam tarzı profillerinden moda tandanslı Çabalayanlar alt boyutundaki katılımcıların kadın ağırlıklı olması, el becerilerinin ön plana çıktığı Yapıcılar ve maceraperest bireylerden oluşan bir yaşam tarzı kategorisi olan Deneyimciler alt boyutundaki katılımcıların ise daha çok erkek bireylerden oluşması bu yaşam tarzı kesitlerinin karakteristik özellikleriyle bağdaşan bir sonuçtur.

Destinasyon aidiyeti, turistin belirli bir destinasyonun özelliklerini kendi yaşam tarzı ve kişiliği ile bağdaştırmasını ve bu bağdaşım sonucunda farklı nedenlerle, turist ile destinasyon arasında bir bağ oluşmasını mümkün kılmaktadır. Buradan hareketle, turistin bir destinasyona yönelik aidiyet taşımasının, seyahat kararı verme sürecini o destinasyon lehine olumlu yönde etkilediği ve bu durumun, destinasyon seçiminde önemli bir güdüleyici unsur olduğu çıkarımı yapılabilir. Olympos'a yönelik destinasyon aidiyeti taşıyan turistlerin bu bölgeye gelmesi, turistin bu destinasyonla bütünleşmesi ve destinasyonun, buraya uygun turist profiline kavuşması açısından önemlidir. Araştırmada, katılımcıların yaklaşık %80'inin 2 gece ve daha fazla geceleme yaptıkları, %75'inin Olympos'u gelecekte tekrar ziyaret etmek istediği, %85'inin Olympos destinasyonunu ziyaret etmeyi başkalarına da tavsiye ettiği ve %71'inin, Olympos'u en az 2 veya daha fazla kez ziyaret ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar, ziyaretçilerin Olympos'a yönelik tutumları ve aidiyet potansiyeli hakkında bilgi sunması açısından önemlidir. Destinasyon-turist bağdaşımının sağlanması soyut bir konu olduğu kadar tabiatıyla da zordur. Bunun başarılabilmesi için özellikle genç turistlere ev sahipliği yapan ve macera, deneyim, mistisizm, filozofik öğeler, doğa gibi temaların ön plana çıktığı Olympos, sosyal mecralardan kitlelerin odağına konumlanmalı ve potansiyel Olympos turistinin dikkati uyandırılmalıdır. Bu mecralar internet tabanlı olabileceği gibi, seyahat acenteleri, spor kulüpleri, düşünce kuruluşları ya da üniversite örgütleri de olabilir.

Bu araştırma, Olympos destinasyonunu 2019 yılının belli bir döneminde ziyaret eden yerli turistler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Gelecekte yapılacak olan araştırmalar, farklı destinasyonlarda yapılabileceği gibi, turist profili bakımından Olympos'tan farklı özellikler taşıyan destinasyonlarda da tertip edilebilir. Ayrıca, araştırmaya derinlik kazandırmak adına, ileride yapılacak çalışmalar destinasyon aidiyetinin ontolojik temeline inebilir.

KAYNAKÇA

- Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2019). Müzeler ve Ören Yerleri. (05.05.2019). <http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/TR-175446/muzeler-ve-oren-yerleri.html>
- Ashworth, G., ve Voogd, H. (1991). "Can Places be Sold for Tourism?", (Ed: Gregory Ashworth ve Brian Goodall). *Marketing Tourism Places*, London: Routledge.
- Bakhtadze, E. (2018). "Georgian Consumers' Behavior in Tourism and Market Segmentation Vals System", *Globalization and Business*. No: 5
- Beydağları Sahil Milli Parkı (2019). Beydağları (Olympos) Sahil Milli Parkı (22.04.2019). <http://beydaglari.tabiat.gov.tr>
- Bowlby, J. (1982). *Attachment and Loss: Separation- Anxiety and Anger*. New York: Basic Books.
- Bowlby, J. (1991). *Attachment and loss: Sadness and Depression*. New York: Basic Books.
- Bricker, K. S., ve Kerstetter, D. L. (2000). "Level of Specialization and Place Attachment: An Exploratory Study of Whitewater Recreationists", *Leisure Sciences*, 22(4), 233–257.
- Buonincontri, P., Marasco, A., ve Ramkissoon H. (2017). "Visitors' Experience, Place Attachment and Sustainable Behaviour at Cultural Heritage Sites: A Conceptual Framework", *Sustainability*. 9 (1112), 1-19.
- Campón-Cerro, A.M., Alves, H.M.B., ve Hernández-Mogollón, J.M. (2015). "Attachment as a Factor in Generating Satisfaction With, and Loyalty to, Rural Tourism Destinations", *Tourism & Management Studies*, 11(1).
- Camstra, R. (1996). "Commuting and Gender in a Lifestyle Perspective", *Urban Studies*. 33(2), 283-300.
- Cardinale, S., Nguyen, B., ve Melewar, T. (2016). "Place-based Brand Experience, Place Attachment and Loyalty", *Marketing Intelligence & Planning*, 34(3), 302-317.

- Chaplin, M. (1992). *A Critical Evaluation of The Contribution of Psychographic Measures as Descriptor Variables in The Profiling of Market Segments For a Specific Industry*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Cape Town Üniversitesi, Cape Town.
- Chen, N.C., Dwyer, L., ve Firth, T. (2014). "Conceptualization and Measurement of Dimensionality of Place Attachment", *Tourism Analysis*, 19, 323–338.
- Chen, C.F., Leask, A., ve Phou, S. (2016). "Symbolic, Experiential and Functional Consumptions of Heritage Tourism Destinations: The Case of Angkor World Heritage Site", Cambodia. *International Journal of Tourism Research*. 18, 602–611.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Dolnicar, S. (2008). "Market Segmentation in Tourism", (Ed: Arch G. Woodside, & Drew Martin). *Tourism Management: Analysis, Behaviour and Strategy*, Cambridge: CAB International, 129-150.
- Döner Sermaye İşletmesi Genel Müdürlüğü (2019). (05.05.2019). <https://www.dosim.gov.tr>
- Dwyer, L., Chen, N.C., ve Lee, J.J. (2019). "The Role of Place Attachment in Tourism Research", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36 (5), 645-652.
- Farnum, J., Hall, T., ve Kruger, L. (2005). *Sense of Place in Natural Resource Recreation and Tourism: An Evaluation and Assessment of Research Findings*. Portland, OR: USDA Pacific Northwest Research Station.
- George, D., ve Mallery, M. (2010). *Using SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Giuliani, M. V. (2003). "Theory of Attachment and Place Attachment", (Ed: Mirilia Bonnes, Terence Lee, and Marino Bonaiuto). *Psychological Theories for Environmental Issues*, 137-170. New York: Ashgate Publishing.
- Göktaş, B., ve Tarakçı, İ.E. (2018). "Yaşam Tarzlarının Satın Alma Kararları Üzerindeki Etkisi: Karşılaştırmalı Bir Alan Araştırması", (Ed: Abidin Temizer ve Yaşar Baytal). *Sosyal Bilimlerde Yeni Yönelimler 5. İktisat*, 325-357.
- Gross, M.J., ve Brown, G. (2006). "Tourism Experiences in a Lifestyle Destination Setting: The Roles of Involvement and Place Attachment", *Journal of Business Research*, 59 (2006), 696–700.
- Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Felsefe, Yöntem, Analiz*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Halpenny, E. A. (2006). *Environmental Behaviour, Place Attachment and Park Visitation: A Case Study of Visitors to Point Pele National Park*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Waterloo Üniversitesi, Waterloo.
- Hammitt, W.E., Backlund, E.A., ve Bixler, R.D. (2006). "Place Bonding for Recreation Places: Conceptual and Empirical Development", *Leisure Studies*, 25(1), 17-41.
- Hamşioğlu, B. (2015). "Fast Food Ürünleri Satın Alan Tüketicilerin Yaşam Tarzlarını Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama", *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 1(11), 17-34.
- Hidalgo, M. C., ve Hernandez, B. (2001). "Place Attachment: Conceptual and Empirical Questions", *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273-281.
- Horley, J., Carroll, B., ve Little, B. R. (1988). "A Typology of Lifestyles", *Social Indicators Research*, 20(4), 383-398.
- Hou, J. S., Lin, C. H., ve Morais, D. B. (2005). "Antecedents of Attachment to a Cultural Tourism Destination: The Case of Hakka and Non-Hakka Taiwanese Visitors to Pei-Pu, Taiwan", *Journal of Travel Research*. 44(2), 221-233.
- Hunt, L.M. (2008) "Examining State Dependence and Place Attachment Within a Recreational Fishing Site Choice Model", *Journal of Leisure Research*, 40(1), 110-127.
- Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of Tourism*, New York: Routledge.
- Jorgenson, J. D., ve Nickerson, N. P. (2016). "Attachment to Tourism Destinations: The Role of Memory and Place Attachment", *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally. 2016 Ttra International Conference*.
- Khan, M. (2006). *Consumer Behaviour and Advertising Management*, New Age International Ltd., Publishers. Daryaganj, New Delhi.

- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders J., ve Wong, V. (1999). "Consumer Buyer Behaviour". *Chapter 6. Principles of Marketing*. Second European Edition. Prentice-Hall, New Jersey. USA.
- Kotler, P., Hamlin, M. A., Rein, I., ve Haider D. H. (2002). *Marketing Asian Places*, John Wiley & Sons. Singapore.
- Kotler, P., ve Keller, K.L. (2006). *Marketing Management*, Prentice Hall. New Jersey. USA.
- Kotler, P., Bowen, J.T., ve Makens, J. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*, Sixth Edition. Pearson Education. Dorling Kindersley Pvt. Ltd.
- Kozak, N. (2012). Turizm Pazarlaması. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçüksille, E. (2016). "Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli", (Ed: Şeref Kalaycı). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri 6.Baskı*, 259-269, Ankara: Asil Yayıncılık.
- Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (2019). Likya Uygarlığı Antik Kentleri (Antalya ve Muğla). (01.03.2019). <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-44409/likya-uygarligi-antik-kentleri-antalya-ve-mugla.html>
- Lee, C.C. (2001). "Predicting Tourist Attachment to Destinations", *Annals of Tourism Research* 28, 229–232.
- Lee, T.H. (2011). "How Recreation Involvement, Place Attachment and Conservation Commitment Affect Environmentally Responsible Behavior", *Journal of Sustainable Tourism*, 19, 895–915.
- Lee, Y., Pei, F., Ryu, K., ve Choi, S. (2019). "Why the Tripartite Relationship of Place Attachment, Loyalty, and Pro-environmental Behaviour Matter?", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(3), 250-267.
- Leiper, N. (1979). "The Framework of Tourism", *Annals of Tourism Research*. 6(4), 390-407.
- Line, N., ve Costen, W. (2011). "Environmental Attitudes, Motivation, and Attachment: Toward a Model of Nature-based Tourism", *International CHRIE Conference*.
- Livingston, M., Bailey, N., ve Kearns, A. (2008). "People's Attachment To Place – The Influence of Neighbourhood Deprivation", *Place Attachment*, (Ed: Alan Dearling), Institute of Housing/Joseph Rowntree Foundation. Glasgow University, Glasgow. Scotland.
- Loureiro, S.M.C. (2014). "The Role of the Rural Tourism Experience Economy in Place Attachment and Behavioral Intentions", *International Journal of Hospitality Management*. 40, 1–9.
- Loureiro, S.M.C., ve Sarmento, E.M. (2018). "Place Attachment and Tourist Engagement of Major Visitor Attractions in Lisbon", *Tourism and Hospitality Research*, 19(3).
- Makower, J., ve Pike, C. (2009). *Strategies For The Green Economy Opportunities and Challenges in The New World of Business*, New York: McGrawHill.
- Meydan, C.H., ve Şeşen, H. (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Moore, R. L., ve Graefe, A. R. (1994). "Attachments to Recreation Settings: The Case of Railtrail Users", *Leisure Sciences*, 16, 17–31.
- Mothersbaugh, D. L., ve Hawkins, D. I., (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, (Thirteenth Edition), New York: McGraw-Hill Education.
- Norberg-Schulz, C. (1979). *Genius Loci Towards a Phenomenology of Architecture*, U.S.A.: Rizzoli International Publications.
- Öksüz, E.N. (2017). *Gaziantep Şehrinin Destinasyon Marka İmajı ve Destinasyon Aidiyeti: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Özdamar, K. (2004). Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi- I. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özgül, E. (2010). "Tüketicilerin Değer Yapıları, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı ve Sürdürülebilir Tüketim Üzerine Etkileri", *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28 (2), 117-150.
- Plummer, J. T. (1974). "The Concept and Application of Life Style Segmentation", *Journal of Marketing*, 38(1), 33-37.
- Prayag, G., ve Ryan, C. (2012). "Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction", *Journal of Travel Research*. 51(3), 342-356.

- Proshansky, H. M., Fabian, A. K., ve Kaminoff, R. (1983). "Place-identity: Physical World Socialization of the Self", *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57-83.
- Ramkissoon, H., Smith, L.D.G., ve Weiler, B. (2013). "Relationships Between Place Attachment, Place Satisfaction and Pro-environmental Behaviour in an Australian National Park", *Journal of Sustainable Tourism*. 21, 434–457.
- Reitsamer, B.F., Bruner-Sperdin, A., ve Stokburger-Sauer, N.E. (2016). "Destination Attractiveness and Destination Attachment: The Mediating Role of Tourists' Attitude", *Tourism Management Perspectives*. 19 (2016), 93–101.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*, London: Pion Limited.
- Rızaoğlu, B. (2012). *Turizm Davranışı*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Riche, M. F. (1989). "Psychographics for the 1990s", *American Demographics*, 11(7), 24-53.
- Schiffman, L.G., Kanuk, L.L., ve Hansen, H. (2012). *Consumer Behavior a European Outlook*, Pearson. Prentice Hall.
- Schilar, H., ve Kesitalo, E. C. H. (2018) "Tourism Activity as an Expression of Place Attachment–Place Perceptions Among Tourism Actors in the Jukkasjärvi Area of Northern Sweden", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(1), 542-559.
- Shaw, G., ve Williams, A.M. (2004). *Tourism and Tourism Spaces*, Sage Publications.
- Shih, D. (1986). "VALS as a Tool of Tourism Market Research: The Pennsylvania Experience", *Journal of Travel Research*, 24(4), 2–11.
- Smith, W.R. (1956). "Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies", *Journal of Marketing*. 21(1), 3-8.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., ve Hogg, M. K. (2006). *Consumer Behaviour A European Perspective*, Pearson Education Ltd. Prentice Hall.
- Stokols, D., ve Shumaker, S.A. (1981). People in Places: "A Transnational View of Settings", *Cognition, Social Behavior, and the Environment*, (Ed: J.H. Harvey), New York: Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Strategic Business Insights (2019). US Framework and VALS Types. (12.08.2018). <http://www.strategicbusinessinsights.com/vals/ustypes.shtml#motivation>
- Su, L., Huang, Y., ve Hsu, M. (2018) "Unraveling the Impact of Destination Reputation on Place Attachment and Behavior Outcomes Among Chinese Urban Tourists", *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. 1(4), 290-308.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenirlik ve Geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş, Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Ekinoks Yayınları.
- Taşkın, E. (2009). *Pazarlama Esasları*, Temel Pazarlama İlke ve Uygulamaları. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Tsai, S. (2012). "Place Attachment and Tourism Marketing: Investigating International Tourists in Singapore", *International Journal of Tourism Research*. 14(2), 139–152.
- Türk Dil Kurumu. (2019). Destinasyon. (07.08.2019) <http://sozluk.gov.tr/>.
- Uçkan, B.Y.O., ve Öztaşkın, G.K. (2017). Olympos Kazısı 2016. ANMED. Anadolu Akdenizi Arkeoloji Haberleri Bülteni, 76-84.
- Uğurlu, E. (2007). "Olympos ve Zeniketes'in Kalesinin Lokalizasyonu", *Adalya*, X, 1-24.
- Ural, A. Ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Vada, S., Prentice, C., ve Hsiao, A. (2019). "The Influence of Tourism Experience and Well-being on Place Attachment", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 322-330.
- Vaske, J.J., ve Kobrin. K. (2001). "Place Attachment and Environmentally Responsible Behavior", *Journal of Environment Education*, 32(4), 116–121.

- Veasna, S., Wu, W., ve Huang, C. (2013). "The Impact of Destination Source Credibility on Destination Satisfaction: The Mediating Effects of Destination Attachment and Destination Image", *Tourism Management*, 36: 511–526.
- Wells, W. (1975). "Psychographics: A Critical Review", *Journal of Marketing Research*, 12(2), 196–213.
- Williams, D.R., ve Roggenbuck, J.W. (1989). "Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results", *Outdoor Planning and Management NRPA Symposium on Leisure Research*, San Antonio, Texas. October 20-22, 1989.
- Williams, D.R., ve Vaske, J.J., (2003). "The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach", *Forest Science* 49(6), 830–840.
- Williams, D.R., Patterson, M.E., Roggenbuck, J.W., ve Watson, A.E. (1992). "Beyond the Commodity Metaphor: Examining Emotional and Symbolic Attachment to Place", *Leisure Sciences*, 14, 29-46.
- Yaşlıoğlu, M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulamalı Faktör Analizlerinin Kullanılması, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi. 46, 74-85.
- Yeh, S., Chen, C., ve Liu, Y. (2012). "Nostalgic Emotion, Experiential Value, Destination Image, and Place Attachment of Cultural Tourists", *Advances in Hospitality and Leisure*, 8, 167-187.
- Yılmazdoğan, O. C. (2017). *Destinasyon Aidiyeti ve Öncüllerinin Destinasyon Sadakati Üzerindeki Etkisi*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Yüksel, A., Yüksel, F., ve Bilim, Y. (2010). "Destination Attachment: Effects on Customer Satisfaction and Cognitive, Affective and Conative Loyalty", *Tourism Management*, 31, 274–284.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:20.11.2020 ✓Accepted/Kabul:02.05.2021

DOI:10.30794/pausbed.828902

Araştırma Makalesi/ Research Article

Yılmaz Yalçın, A. ve Gelen Mert, M. B. (2021). "Estimating The Occupancy Rate of an Accommodation Business Using Artificial Neural Networks"
Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 47, Denizli, ss. 209-218.

ESTIMATING THE OCCUPANCY RATE OF AN ACCOMMODATION BUSINESS USING ARTIFICIAL NEURAL NETWORKS

Ayten YILMAZ YALÇINER*, Mine Büşra GELEN MERT**

Abstract

Tourism is one of the sectors that is highly influential in countries' economy. Tourism activity can be realized for many reasons, especially for business or cultural purposes. Such as Turkey, for countries where tourism is intensively carried out, it is very important to predict tourism demand. Many reasons, such as the determination of the workforce to be employed in tourism and the determination of the accommodation infrastructure needed, have increased the efforts to estimating the demands in the tourism sector in advance. In this study, the demand for tourism is handled in terms of accommodation establishments. It is aimed to estimate the occupancy rate for a accommodation business in Sakarya. Several factors that have an effect on the occupancy rate have been detected and it has been ensured that the occupancy rate can be predicted with a high estimation rate by using artificial neural networks which are one of the artificial intelligence techniques.

Keywords: *Artificial neural networks, Occupancy rate estimation, Artificial intelligence, Accommodation establishments, Tourism.*

YAPAY SİNİR AĞLARI KULLANARAK BİR KONAKLAMA İŞLETMESİNİN DOLULUK ORANININ TAHMİNİ

Özet

Turizm, ülkelerin ekonomisinde oldukça etkili olan sektörlerden biridir. Türkiye gibi iş veya kültürel başta olmak üzere birçok amaçla turizm faaliyetinin yoğun olarak gerçekleştirildiği ülkelerde turizm talebinin öngörülebilmesi oldukça önemlidir. Turizmde istihdam edilecek işgücünün ve ihtiyaç duyulan konaklama altyapısının tespit edilebilmesi gibi birçok sebep, turizm sektöründe taleplerin önceden tespit edilebilmesine yönelik çalışmaları son yıllarda arttırmıştır. Bu çalışmada turizm olan talep, konaklama işletmeleri açısından ele alınmaktadır. Sakarya'da faaliyet gösteren bir konaklama işletmesi için doluluk oranının tahmin edilmesi hedeflenmektedir. Doluluk oranı üzerinde etkisi olan çeşitli faktörler belirlenmiş ve yapay zekâ tekniklerinden biri olan yapay sinir ağları kullanılarak doluluk oranının önceden yüksek bir tahmin oranı ile öngörülebilmesi sağlanmıştır.

Anahtar kelimeler: *Yapay sinir ağları, Doluluk oranı tahmini, Yapay zekâ, Konaklama işletmeleri, Turizm.*

*Assistant Professor, Sakarya University, Department of Industrial Engineering, Faculty of Engineering, SAKARYA.
e-posta:ayteny@sakarya.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0001-8160-812X>)

**PhD student, Sakarya University, Program of Industrial Engineering, Institute of Natural Sciences, SAKARYA.
e-posta:minebusra92@gmail.com, (<https://orcid.org/0000-0001-7033-889X>)

1. INTRODUCTION

The tourism sector, which is an important source of income for the economies of the country, is a strategic factor in terms of creating employment, providing foreign currency inflow, high investment rate, high added value and providing dynamism to other sectors (agriculture, transportation, food, service, logistics, etc.) is important. The tourism sector is one of those that has a great impact on the economies of the country and is rapidly affected by economic changes. Businesses in this sector are more sensitive to environmental factors than businesses in other sectors within the scope of competitiveness. Demand forecasting, which is very important for the tourism sector due to the fact that the demand is very flexible and tourism services cannot be stocked; will be able to support managers in making the right decisions and using their resources efficiently (AKTOB, 2014: <https://docplayer.biz.tr/7919989-Turizm-sektorunun-yapisi-buyuklugu-ve-ekonomiye-katkisi.html>; Güngör and Çuhadar 2005:84-98; Zhang vd. 2018: 4351)

According to the data of the World Travel and Tourism Council (WTTC) in 2019, the tourism and travel industry creates 10% of the total employment by providing direct and indirect job opportunities to 330 million people worldwide. In this sense, one out of every ten people in the world is employed in the tourism sector (World Travel and Tourism Council, 2020: <https://wtcc.org/en-gb/>). The prevalence of experiencing the four seasons of tourism opportunities in countries such as Turkey and the sector is a little bit more and have an important role in terms of investments. Referring tourism statistics Turkey in 2018 Turkey with 45.8 million the number of tourists between the countries with the most number of tourist arrivals has become the sixth country in the world. Similarly, in terms of tourism income, it ranked 6th in Europe with an income of 25.2 billion dollars (KTB, 2019: <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/69320,turizmistatistikleri2019-4pdf.pdf?0>). (The comments here are based on 2018 data, as the tourism sector has suffered great economic and social losses due to the COVID-19 pandemic). In order to benefit from the advantages of the sector with such a large and effective potential, it is necessary to carefully consider the critical elements in the sector. In this context, one of the important elements is the accurate realization of the predictions. Foresighting possible future developments in the sector, estimating the demand for optimal capacity planning activities and calculating the occupancy rate accordingly, and effectively realizing new investments and risk management for these investments in the long and short term are of strategic importance for the sector. In order to take advantage of the advantageous features of tourism sector, it is necessary to make forward-looking planning, and to make this planning, demand estimations created with accurate data are required.

Due to the general characteristics of the sector, there are frequent fluctuations in demand and predicting demand can become a complex and difficult problem. In connection with the demand for accommodation establishments, especially in tourism, the occupancy rate forecast is of great importance in many issues such as service quality, costs, and inter-company competition. Costs can be calculated in advance by forecasting the occupancy rate of accommodation businesses. Furthermore, in case of low occupancy rate, many measures can be taken to carry out promotions, decrease in hotel prices and perform advertising activities. In forecast studies, various methods such as Regression Analysis, Trend Forecast Methods, Simple Exponential Correction and Artificial Neural Networks can be used. Artificial neural networks, which are one of the artificial intelligence techniques, can be applied to problems with large size, non-linear and defective data (Karaatlı et al., 2012: 87-100).

Based on this importance, in this study, it is aimed to forecast the occupancy rate on a daily basis for a hotel operating in Sakarya. Using the records of the hotel's past daily occupancy rates, artificial neural networks were used in the forecast. Seven input values, including special days, USD exchange rates, days, seasons, months, CPI and clicks were determined. The occupancy rate of the hotel was determined as the output of artificial neural networks. Since the study was not conducted in a city with intense tourism activities, it was preferred to address common values that can be easily used by the accommodation business operating in each region instead of focusing on the location of the enterprise. An artificial neural network was created with the determined seven

input values and occupancy rate output values. MSE (mean square error) and MAD (mean absolute deviation) values were taken into consideration in the evaluation of the results. When the calculated error rates were examined, it was seen that artificial neural networks performed successfully in estimating the hotel occupancy rate.

2. LITERATURE REVIEW

There are various studies conducted in the literature to forecast the hotel occupancy rate. Chow et al. (1998: 55-80) conducted the Box-Cox conversion function, the ARIMA and ARIMA transfer function model using to forecast the hotel occupancy rate for international hotels in Taiwan.

Andrew et al. (1990: 173-182) applied BoxJenkins and exponential smoothing methods to estimate the hotel occupancy rate and achieved high forecast performance. Law (2004: 71-77), using the developed extrapolative time series forecasting technique, and by using the hotel occupancy rate information officially published in Hong Kong, the occupancy rate forecast was performed and a successful forecast performance was achieved.

Zakhary (2010: 241-251) et al. used Monte Carlo simulation by taking advantage of past booking cancellations, reservations, group bookings and length of stay information to forecast occupancy rate for a hotel in Egypt. Soysal and Ömürgönülşen (2010: 128-136) used Moving Average, Simple Exponential Smoothing, Holt and Winter methods to provide six-month estimates for the number of tourists visiting certified business facilities in Turkey, in 2008. Wu et al. (2010: 426-438) used a proposed data mining technique called independent component analysis (ICA) to determine the factors that determine the hotel occupancy rate.

Baldigara and Koic (2015: 121), the hotel occupancy rate in the Croatian hotel industry was calculated using the seasonal Naive model, the Holt-Winters exponential model and the seasonal autoregressive integrated moving average model. Çuhadar and Kervankıran (2016: 343-352), using the number of monthly domestic and foreign tourists entering the accommodation establishments operating in Nevşehir between 2010-2015 and using the Simple Seasonal Model, Holt-Winters Model, Declining Trend Model, Exponential Trend Model, Additive-Seasonal/Decreasing Trend Model and ARIMA model were determined the demand for tourism.

Neural Networks, Ridge Regression, Kernel Ridge Regression methods were used by Caicedo-Torres and Payares (2016: 201-211) for the daily forecast of hotel occupancy rate. Schwartz et al. (2016: 267-285), incorporating the competitive set prediction into the genetic algorithm or the simple linear regression model, predicted the performance of the hotel occupancy rate forecast has been determined to increase. Pan and Yang (2017: 957-970) forecasted the weekly hotel occupancy rate by utilizing search engine queries, website traffic and weekly weather information and using the ARMAX model. Warren (2017: 18-37) estimated the occupancy rate of the hotel in the United States by moving average method, simple exponential correction, SARIMA and multiplicative Holt-Winters methods. Assaf and Tsionas (2019: 439-449) proposed the use of VARs (Large Vector Autoregressions) models based compressed Regression for the hotel occupancy rate estimation and used artificial neural networks to make the models more flexible. Aliyev et al. (2019: 793), fuzzy rule-based system model ve fuzzy c-means clustering algorithm were developed and were used applied on the problem of forecasting the hotel occupancy rate.

Some studies in the literature on determining the occupancy rate in tourism demand and accommodation establishments are included in Table 1.

Table 1: Studies on tourism demand and occupancy rate estimation using an artificial neural network

Reference	Using Inputs	Subject of study
Law (1998: 234-239)	Number of tourists, the average length of stay, the number of hotels and the number of rooms	Occupancy rate of Hong Kong hotels has been estimated.
Law and Au (1999: 89-97)	Service price, average hotel rate, foreign exchange rate, population, marketing expenses, and gross domestic expenditure	An artificial neural network model was used to estimate Japan's travel demand to Hong Kong.
Çuhadar and Kayacan (2005: 24-30)	-The monthly number of ministry-certified facilities in Turkey, -The number of beds monthly in accommodation facilities that licensed by The Ministry of Culture and Tourism in Turkey, -The monthly total number of foreign tourists staying in accommodation establishments licensed by The Ministry of Culture and Tourism in Turkey, -The total number of overnight stays per month of foreign tourists staying in ministry-certified accommodation establishments in Turkey -Average monthly duration of stay of foreign tourists in ministry-certified accommodation establishments in Turkey	Culture and Tourism Ministry between 1990-2002 "Accommodation statistics" using the data obtained from the newsletter, bed forecast occupancy rates caused by external demand for tourism accommodation establishments in Turkey were carried out.
Constantino et al. (2016:113-124)	exchange rate, gross domestic product per capita, harmonized index of consumer prices	Tourism demand is determined for Mozambique.
Golcuk et al. (2020: 66-70)	Total number of people incoming to facility, the total number of overnight stays of the people staying in the hotels, the average monthly stay of the people staying in hotels	Utilizing the statistics of the 2000-2018 year stay in Turkey, the hotel occupancy rate estimate is made.

When the studies are examined, it is seen that the majority of the studies focus on obtaining a general estimate occupancy or tourism demand by evaluating many accommodation establishments in a province, a region or across the country. In this study, it is aimed to obtain a business-based occupancy rate estimation result by focusing on the business instead of a comprehensive estimate. In this framework, 7 criteria that are effective on the occupancy rate have been determined, and it is aimed that many businesses can easily use these criteria within their own structure to achieve a successful forecast performance.

3. ARTIFICIAL NEURAL NETWORK

ANN is an artificial intelligence technique consisting of artificial neural cells, indicating non-linear relationships between inputs and outputs (Taşdelen et al., 2009: 5-12). ANN is based on the structure and working principle of biological nerve cells in the human brain. In ANN, intracellular communication provided by synapses in the real nerve cells is provided by the collecting function, whereas the intracellular information transfer process performed by using axons in the real nerve cells is provided by using the activation function (Öztemel, 2003: 57). ANN is composed of five basic components. These components are inputs, weights, aggregation function, activation function and output (Kaynar et al., 2011: 463-474). Figure 1 shows the structure of an artificial nerve cell composed of m inputs. Here W_i ($i=1,2,\dots,m$) represents the weights used in the application and b represents the bias value.

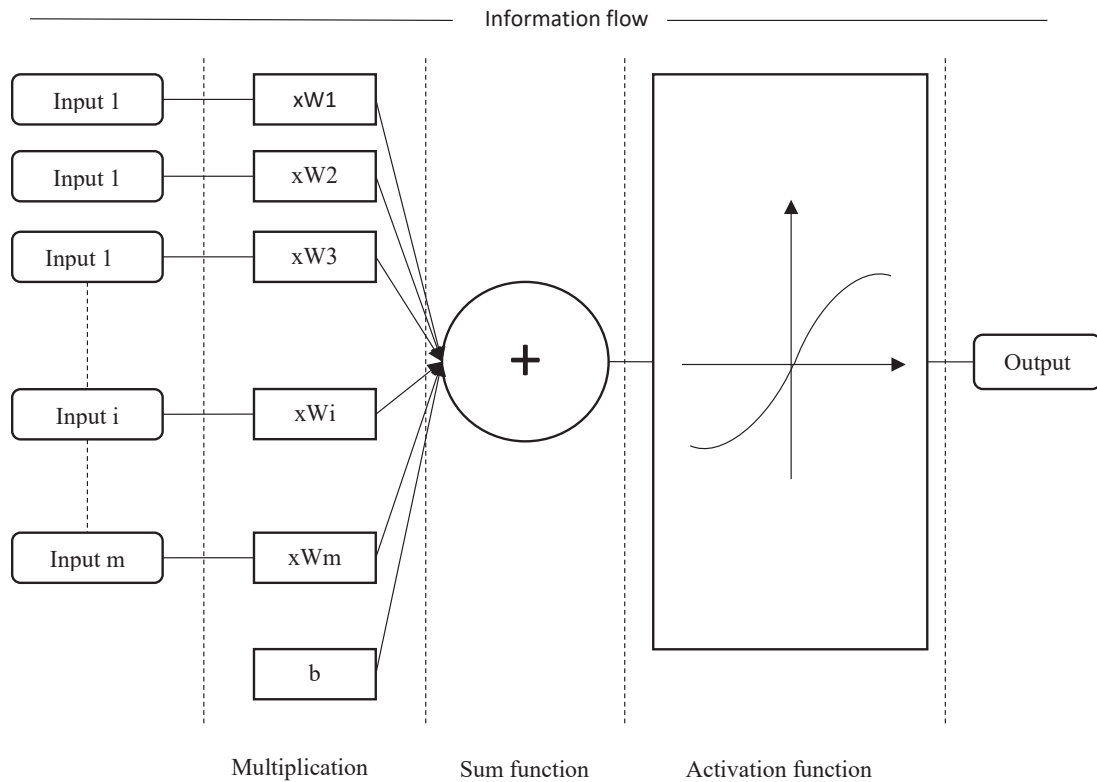


Figure 1: An artificial neuron model (Suzuki, 2011)

When there are only input and output layers in the artificial nerve cell, it is called as a single layer sensor and the hidden layer is added to these layers and it is called multi-layer sensor (Arı and Berberler, 2017: 55-73). The general structure of the ANN is to perform the learning process of the artificial nerve cell with the available data and to perform the task given by using what they have learned (Kaynar et al., 2011: 463-474). In ANN applications, data from outside form creates inputs, whereas the effect of inputs or process element in another layer constitutes the weights. The data multiplied by the weights initially determined are combined with the sum function. The result from the sum function is converted to output using the activation function. Various network types, addition and activation function types are used in ANN applications. In addition, the number of neurons used in ANN may also vary. The number of neurons used, network structure and function types play a decisive role in the working performance of the technique. Because of its ease of understanding and mathematically proven work, the feedforward backpropagation algorithm is a frequently preferred algorithm for the training of ANN (Kaynar and Taştan, 2009).

4. NUMERICAL EXAMPLE AND TEST

The application was carried out by providing the accommodation information of the hotel as a result of the request to establish a system that can predict the occupancy rate of a 20-room boutique hotel, which started operations in Sakarya in 2017. It was aimed to estimate the daily occupancy rate of this hotel and artificial neural network technique was applied. With the start of operation of the hotel, accommodation data for 718 days of active operation was obtained. All of the days with full knowledge of occupancy rate were evaluated within the framework of 7 criteria which are thought to have an effect on the occupancy rate. These criteria include; special days, USD exchange rate, day, season, month, CPI and click criteria. According to special days criteria; If one of the Valentine's Day, New Year's Day, one of the official and religious festivals is scored as 2, otherwise it is scored as 1. On the basis of the USD exchange rate, the day to be evaluated takes the dollar dry value for that day. While determining the value of the day criterion, if the evaluated day is on weekdays, it is scored as 1 and the weekend value is 2. The value of the season criterion is determined to be 1 if the day to be evaluated is 1 in the spring

season, 2 in the summer and 3 in the autumn season and 4 in the winter season. While determining the value of the month criterion, the evaluated day was scored as 1 point in the first month of the year, 2 points in the second month and 12 points in the twelfth month. While evaluating the day according to CPI, the previous month's CPI value was used. When determining the value of the click criterion, the number of clicks on the hotel's website was used daily. On day basis, the values of the seven input parameters for 15 days are shown in Table 2.

Table 2: Values of seven entries of 15 days and hotel occupancy rate information

Date	Special Days	USD Exchange Rate	Day	Season	Moon	CPI	Clicks	Occupancy Rate
6.08.2017	1	3.5280	7	2	8	0.15	310	0.34
7.08.2017	1	3.5291	1	2	8	0.15	300	0.34
8.08.2017	1	3.5338	2	2	8	0.15	265	0.41
9.08.2017	1	3.5376	3	2	8	0.15	270	0.54
10.08.2017	1	3.5418	4	2	8	0.15	180	0.74
11.08.2017	1	3.5369	5	2	8	0.15	555	0.34
12.08.2017	1	3.5369	6	2	8	0.15	360	0.41
13.08.2017	1	3.5369	7	2	8	0.15	550	0.47
14.08.2017	1	3.5257	1	2	8	0.15	365	0.47
15.08.2017	1	3.5352	2	2	8	0.15	150	0.47
16.08.2017	1	3.5156	3	2	8	0.15	390	0.61
17.08.2017	1	3.5254	4	2	8	0.15	190	0.74
18.08.2017	1	3.5185	5	2	8	0.15	245	0.34
19.08.2017	1	3.5185	6	2	8	0.15	380	0.54
20.08.2017	1	3.5185	7	2	8	0.15	270	0.41

The application of artificial neural networks was carried out using the neural network plug-in included in the MATLAB program. Normalization process with Eq. (1) was applied to the accommodation data before the application.

$$nv = 0.8 * \frac{(y_{ij} - \min_j)}{(max_j - \min_j)} + 0.1 \quad (1)$$

n_v =normalized value

y_{ij} =data with row number i column number j

\min_j =minimum value of column j

\max_j = maximum value of column j

After the normalization process, the data became suitable for use in the program. 90% of the data consisting of 718 lines were used as training set, while 10% were used as test data for testing artificial neural networks. In practice, Feed-forward backprop for network type, TRAINLM for training function, LEARNM for adaption learning function, MSE for performance function, TANSIG for transfer function, 1 for number of layers and 10 neurons for number of neurons were used. The number of iterations used in the training of the network is determined as 1000 epochs.

M. B. Gelen Mert

Within the framework of the seven input parameters used, ANN was trained. The training was completed in 42 epochs and as a result, the regression graph obtained from the MATLAB program neural network plug-in is shown in Figure 2.

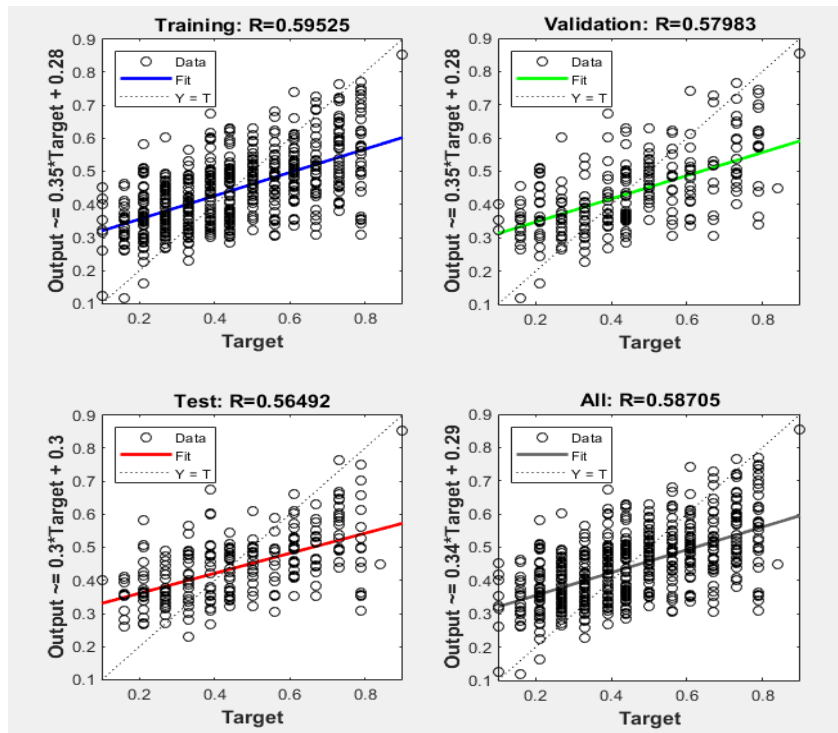


Figure 2: Screenshot of the regression graphs of the educational outputs of ANN

When the graphics shown in Figure 2 are examined; as a result of the training, testing and verification evaluations, it was seen that the overall performance of ANN was approximately 59%. After the training process, the network was tested using test data to test the ANN. The actual occupancy rates and the occupancy forecasts rate obtained by ANN are shown in the graph in Figure 3.

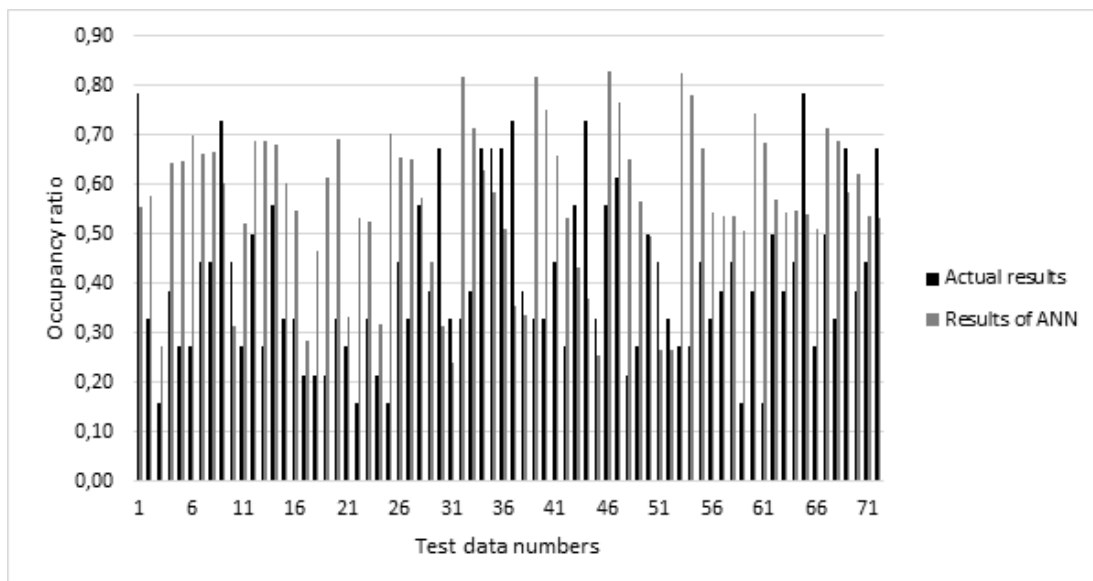


Figure 3: Comparison of actual results and results of ANN

When the graph in Figure 3 is analyzed, it is seen that some forecast values obtained as result of ANN remain below the actual occupancy rate values. It was found that most of the results were graphically similar.

The error rate was calculated in order to determine the performance of the ANN on the hotel occupancy rate estimation problem. The comparison of the estimation results obtained with ANN with the actual occupancy rates is shown in Table 3 in terms MSE (mean square error) and MAD (mean absolute deviation) error rates.

Table 3: Comparison of the difference between Results of ANN and Actual results with error rates

ERROR RATE CALCULATION METHODS	
MSE	MAD
8%	24%

According to the results of Table 3, it is seen that ANN has a high performance in terms of MSE and MAD values in forecasting hotel occupancy rate.

5. CONCLUSION AND FUTURE WORK

In the tourism sector, which is an important source of income for the economies of countries, forecasting studies (especially intelligent forecasting methods that present more consistent results today) will guide tourism business managers, local governments and all relevant institution managers in their future decision-making and planning studies.

In this study, which was carried out with the aim of supporting accommodation businesses in the tourism sector in their estimation and planning processes, forecasted the occupancy rate for a hotel operating in Sakarya using artificial neural networks. In application, the occupancy rates of the hotel in the past days were used as output values and special days, USD currency, day, season, month, CPI and click values were used as input values. In order to be able to use the application in many accommodation establishments, variables which have common knowledge in accommodation establishments were preferred while determining study inputs. A part of the data set was used for the training of ANN. After the completion of the network training, the occupancy rate was forecasted for 72 days. Artificial neural networks were applied by taking 718 days of operational data and the hotel occupancy rate was estimated.

In order to evaluate the forecast results obtained, MSE and MAD error calculation methods were used to compare the current situation and ANN results. The results show that in the calculations made by the MSE and MAD methods, the ANN has successful performance in the estimation of the hotel occupancy rate. It is possible to achieve more successful forecast performance by obtaining more accommodation data.

The results obtained were evaluated with MSE (with the result of 8%) and MAD (with the result of 24%). In artificial neural networks, it is possible to achieve higher learning performance with more data in the learning process of the network. Thus, it is possible to achieve a higher success in the prediction performance of artificial neural networks and to make predictions with lower error rates than obtained in the study. In this study, the usability of artificial neural networks in occupancy rate estimation has been demonstrated by using 7 determined inputs.

As a future study, if more input values and data for more years are obtained and a similar model is run again, it may be possible to obtain a higher prediction rate, i.e. lower MSE and MAD performance values. Alternatively, it is possible to work with different variables to analyze the estimation efficiency. In addition, testing the value obtained in the operated ANN model under different constraints such as different city, different hotel size can be presented as a future study proposal. Alternatively, by obtaining data such as comments and likes of tourists or travel enthusiasts, especially on social media, predictions or inferences can be made in the accommodation sector thanks to text mining.

As another future study, several of the artificial intelligence techniques can be applied as a hybrid by obtaining more accommodation data to improve performance in predicting hotel occupancy rate. However, It is important

to eliminate uncertainties that may occur due to demand elasticity in accommodation businesses. In this context, a heuristic algorithm can be developed based on the criteria that cause / may cause imbalance between seasonal demands and different room options.

REFERENCES

- AKTOB, (2014). 2023'e Doğru Türkiye'de Turizmin 100 Yılı, Araştırma Raporu. Accessed date: 02.02.2021, <https://docplayer.biz.tr/7919989-Turizm-sektorunun-yapisi-buyuklugu-ve-ekonomiye-katkisi.html>.
- Aliyev, R., Salehi, S., and Aliyev, R. (2019). "Development of Fuzzy Time Series Model for Hotel Occupancy Forecasting", *Sustainability*, 11/3, 793.
- Andrew, W. P., Cranage, D. A., and Lee, C. K. (1990). "Forecasting hotel occupancy rates with time series models: An empirical analysis", *Hospitality Research Journal*, 14/2, 173-182.
- Arı, A., and Berberler, M. E. (2017). "Yapay Sinir Ağları ile Tahmin ve Sınıflandırma Problemlerinin Çözümü İçin Arayüz Tasarımı", *Acta INFOLOGICA*, 1/2, 55-73.
- Assaf, A. G., and Tsonas, M. G. (2019). "Forecasting occupancy rate with Bayesian compression methods", *Annals of Tourism Research*, 75, 439-449.
- Baldigara, T., and Koic, M. (2015). "Modelling Occupancy Rates in Croatian Hotel Industry", *International Journal of Business Administration*, 6/3, 121.
- Caicedo-Torres, W., and Payares, F. (2016). "A machine learning model for occupancy rates and demand forecasting in the hospitality industry", *Ibero-American Conference on Artificial Intelligence*, 201-211.
- Chow, W. S., Shyu, J. C., and Wang, K. C. (1998). "Developing a forecast system for hotel occupancy rate using integrated ARIMA models", *Journal of international hospitality, leisure & tourism management*, 1/3, 55-80.
- Constantino, H. A., Fernandes, P. O., and Teixeira, J. P. (2016). Tourism demand modelling and forecasting with artificial neural network models: the Mozambique case study. *Tékhné*, 14(2), 113-124.
- Çuhadar, M., and Kayacan, C. (2005). "Yapay Sinir Ağları Kullanılarak Konaklama İşletmelerinde Doluluk Oranı Tahmini: Türkiye'deki Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Deneme", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16/1, 24-30.
- Çuhadar, M., and Kervankıran, İ. (2016). "Nevşehir ili konaklama işletmelerine yönelik turizm talebinin analizi, modellenmesi ve tahminleri", *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi Ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5/2, 343-352.
- Golcuk, A., Yasak, M. S., and Dalmızrak, M. B. (2020). "Forecasting with Multilayer Perceptron Algorithm the Occupancy Rate of Accommodation Establishments in Turkey", *International Journal of Intelligent Systems and Applications in Engineering*, 8/2, 66-70.
- Güngör, İ., and Çuhadar, M.. (2005). "Antalya İline Yönelik Alman Turist Talebinin Yapay Sinir Ağları Yöntemiyle Tahmini", *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 84-98.
- Karaatlı, M., Helvacıoğlu, Ö. C., Ömürbek, N., and Tokgöz, G. (2012). "Yapay sinir ağları yöntemi ile otomobil satış tahmini", *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8/17, 87-100.
- Kaynar, O., and Taştan, S. (2009). "Zaman Seris analizinde MLP Yapay Sinir Ağları ve Arıma Modelinin Karşılaştırılması", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33, 161-172.
- Kaynar, O., Taştan, S., and Demirkoparan, F. (2011). "Yapay sinir ağları ile doğalgaz tüketim tahmini", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25, 463-474.
- KTB, (2019). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2019 Turizm İstatistikleri Raporu. Accessed date: 02.02.2021, <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/69320,turizmistatistikleri2019-4pdf.pdf?0>.
- Law, R. (1998). "Room occupancy rate forecasting: a neural network approach", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10/6, 234-239.
- Law, R. (2004). "Initially testing an improved extrapolative hotel room occupancy rate forecasting technique", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 16/2-3, 71-77.

- Law, R., and Au, N. (1999). "A neural network model to forecast Japanese demand for travel to Hong Kong", *Tourism Management*, 20/1, 89-97.
- Öztemel, E. (2012). *Yapay Sinir Ağları*, 3. Baskı, Papatya Yayıncılık, İstanbul, 57.
- Pan, B., and Yang, Y. (2017). "Forecasting destination weekly hotel occupancy with big data", *Journal of Travel Research*, 56/7, 957-970.
- Schwartz, Z., Uysal, M., Webb, T., and Altin, M. (2016). "Hotel daily occupancy forecasting with competitive sets: a recursive algorithm", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28/2, 267-285.
- Soysal, M., and Ömürgönülşen, M. (2010). "Türk Turizm Sektöründe Talep Tahmini Üzerine Bir Uygulama", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21/1, 128-136.
- Suzuki, K., (2011). *Artificial neural networks: methodological advances and biomedical applications*, In Tech, Croatia, 3-18.
- Taşdelen, B., Helvacı, S., Kaleağası, H., and Özge, A. (2009). "Artificial neural network analysis for prediction of headache prognosis in elderly patients", *Turkish Journal of Medical Sciences*, 39/1, 5-12.
- Warren, R. N. (2017). Occupancy forecasting methods and the use of expert judgement in hotel revenue management, *Graduate Theses and Dissertations, Iowa State University*, 18-37.
- World Travel and Tourism Council, (2020). Accessed date: 02.02.2021, <https://wtcc.org/en-gb/>.
- Wu, E. H., Law, R., and Jiang, B. (2010). "Data mining for hotel occupancy rate: an independent component analysis approach", *Journal of travel & tourism marketing*, 27/4, 426-438.
- Zakhary, A., El Gayar, N., and Ahmed, S. E. O. H. (2010). "Exploiting neural networks to enhance trend forecasting for hotels reservations", *Workshop on Artificial Neural Networks in Pattern Recognition*, 241-251.
- Zhang, M., Li, J., Pan, B., and Zhang, G. (2018). "Weekly Hotel Occupancy Forecasting of a Tourism Destination", *Sustainability*, 10/12, 4351.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:05.04.2021 ✓Accepted/Kabul:07.05.2021

DOI:10.30794/pausbed.909969

Araştırma Makalesi/ Research Article

Doğruöz, M. D.(2021). "Süreç Ekseninde Bir Tür Araştırması: Türk Sanat Müziği Geleneğinde Longalar" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 219-235.

SÜREÇ EKSENİNDE BİR TÜR ARAŞTIRMASI: TÜRK SANAT MÜZİĞİ GELENEĞİNDE LONGALAR

Muattar Demet DOĞRUÖZ*

Öz

Longa türü, 19. yüzyılın değişim nabzında kültürel temaslar sonucu Türk sanat müziği geleneğine eklenmiş ve repertuvarında çalgısal türler arasında yerini almıştır. Bu çalışmada longalar, geleneğe eklendikten bugüne dek geçen süreç çerçevesinde yapısal olarak incelenmiştir. Araştırmanın amacı, longa türünde belirlenen eserlerin yapısal bir yöntemle analizlerinin yapılması ve analiz sonuçları doğrultusunda türün beliren, sabit kalan veya değişen yapısal özelliklerinin iki asırlık süreç göz önünde bulundurularak ortaya konmasıdır. Araştırma verilerinin toplanması için, sanal etnografi yöntemi kullanılmış ve kaynağı belirli kişisel arşivler, kurumsal arşivler, nota ve fasıl yayınları, ansiklopediler ve kitaplar taranmıştır. Araştırmada, nitel kapsamda doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Verilerin analizi; biçim özellikleri, ritim özellikleri, yapısal simetri özellikleri, hacim özellikleri ve makama bağlı işitsel etki değiştiriciler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Araştırmada incelenen longaların yapısal özellikleri, nicel çerçevede istatistiksel olarak elde edilen veriler doğrultusunda grafiklerle sunulmuştur. Araştırma sonucunda longaların geleneğe eklendikten sonraki iki asırlık süreçte değişime uğrayan yapısal özellikleri ortaya konularak türün tanımı güncellenmiştir.

Anahtar kelimeler: *Türk sanat müziği, Gelenek, Longa, Tür analizi.*

SURVEYING A GENRE BASED ON PROCESS: LONGA IN THE TURKISH ART MUSIC TRADITION

Abstract

The longa genre was added to the Turkish classical music tradition as a result of various cultural contacts in the 19th century and preserved its place among the instrumental genres in the repertoire. In this study, longa have been examined structurally from the time they were added to the tradition. The aim of the study is to analyze the artifacts identified as longa with a structural method and to reveal the emerging, remaining, fixed or changing structural features of the species considering the two centuries-old course. In order to collect research data, virtual ethnography method was used and personal archives, institutional archives, notation and chapter publications, encyclopedias and books were examined. In the research, the document analysis method was used in a qualitative context. Analysis of collected datum were evaluated within the framework of formal and rhythmic features, structural symmetry features, volume properties and makam dependent auditory effect modifiers. Structural properties of longa examined in the study were presented in graphics in the quantitative framework in line with the statistically obtained data. As a result of the research, the definition of the species was updated by revealing the structural features of longa that changed in the two centuries after they were added to the tradition.

Keywords: *Turkish classical music, Tradition, Longa, Genre analysis.*

*Öğr. Gör. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Müzik Eğitimi Anabilim Dalı, MUĞLA.
e-posta: ddemet@mu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0001-5909-7212>)

1. GİRİŞ

Kültürler ve kültür parantezinde yer alan unsurlar, yaşayan olgular olarak kabul edilir. Bu belirlenim, yaşamakta olan kültür unsurlarının kimi özelliklerini yitirmesi, kimi özelliklerini ise bünyesine ekleyerek değişim geçirmesinden kaynaklanmaktadır. Örneğin beş asır önce varlığı bilinen Türk müzik biçimleri/pratikleri/ses kaynakları ile bugün repertuarı nicel açıdan artmış/artmakta olan Türk müzik biçimleri/pratikleri/ses kaynakları arasında farklılıklar ve değişimler açıkça gözlemlenebilir. Türk sanat müziği (TSM) geleneğinde yaratılar yüzyıllar boyunca üretilmiştir ve bugüne dek uzanan süreçte eserlerin icra özellikleri ve işlevleri değişerek çeşitlenmiştir. Bu değişim ve çeşitlenmenin sonucunda üretilen eserler birbirinden farklılaşarak ayrı tür başlıkları altında değerlendirilmiştir (Tutu, 2020: 1). Geleneğe en erken türlere örnek olarak bilinen peşrev *türü* ve ardıl süreçte beliren saz semai *türü*, bugün repertuvarındaki diğer türlere nazaran daha kesinleşmiş yapı özelliklerine sahiptir. TSM repertuarında yer alan peşrev ve saz semai türlerine kıyasla *longa*, *sirto*, *mandıra* gibi geleneğe daha yeni eklenen türlerde yapısal değişimler daha hızlı/görünür ve koşulları daha esnek olmaktadır. Bunun sebebi, ortak coğrafyanın ürünü olan ve halk dansları kökenli türlerin sanat müziği geleneği içerisinde yerleşmeye ve şekillenmeye devam ederken işlevsel değişim geçirmeleri ve eklendikleri geleneğin davranış biçimlerine benzeşmeye devam etmeleri olabilir. Bu çerçevede sirtoların dansa eşlik işlevlerini yitirdikten itibaren süreç içerisinde düzum değişikliğine uğramaları (Doğruöz, 2020: 322), örnek olarak verilebilir. Halk dansı müziklerinin işlev değişikliğine uğrayarak sanat müziği repertuarı içerisinde kabul görmesi, Avrupa sanat müziğinde de örnekleri bulunan (*mazurka*, *balat*, *rondo* vb.) bir fenomendir. Bu örneklerde olduğu gibi halk bilgisi kökenli türlerin sanat müziği repertuarına eklenmesi, gelenek mensuplarının yaygın kabulleri ve üretimleri ile mümkün olmaktadır (Doğruöz, 2020: 322).

Bir müzik kültürü içerisinde kendine yer edinen türler, çalgılar ve icra biçimleri gibi unsurlar, komşu coğrafyaların müzik kültürleri içerisinde temelde benzer varyasyonlarla görülebilir. Bu minvalde; sirtoların geniş bir coğrafyaya yayılmış ve çeşitlenmiş türleri (iskele sirtosu, Aziziye dansı, kasap havası, sirtaki, *kalamatianos* vb.), kanun çalgısının ortak coğrafya incelendiğinde kimi ayrıntılarla farklılaşmış türleri (*santur*, *arp*, İran kanunu, Ermeni kanunu, *koto* vb.), komşu coğrafyada kullanılan nefesli çalgıların (*balaban*, *kaval*, *flüt* vb.) birbirlerine benzerlikleri ve halk danslarının (*hora*, *kasap havası*, *sirtaki* vb.) benzerlikleri örnek olarak verilebilir. Ortak coğrafyalar farklı ulusların temas etmelerine olanak sağlamış ve temelde benzeşen kültür kodları paydasında bu gibi çeşitlenmeleri mümkün kılmıştır. Bu ortaklıkların yanı sıra dünyada hızlı bir değişim evresini temsil eden ve “modernleşme” ekseninde gerçekleşen 19. asırda, geleneğe yabancı unsurların girmesi meşrulaşmış ve kolaylaşmıştır. Bu araştırma kapsamında ele alınan *longa türü*nün Türk kültüründe yer edinmesi; bu değişim döneminin etkileri, Osmanlı’da özellikle İstanbul şehrinin çeşitlilik içeren demografik yapısı ve komşu kültürlerle ait müzik insanlarının temaslarını mümkün kılan ortak mekânlar (eğlence mekanları, kahvehaneler vb.) gibi verimli ortamlarda gerçekleşmiştir.

Longa, Türk Dil Kurumu (17.12.20) tarihinde “Türk müziğinde yörük özellik taşıyan oyun havası” olarak tanımlanmaktadır. Kelime Latince uzun anlamına gelen *lounga* teriminden gelmektedir ve kökeni Romanya’dır (Öztuna, 1976: 365). *Longa* kelimesi aynı zamanda, 14. ve 15. yüzyıllarda *tabulâtur*¹ nota yazısında bulunan en büyük sürenin yarı değerindeki süre için kullanılmıştır (Akdoğan, 1993, s. 91). *Longa türü*nün tarifinin yapıldığı kaynaklar tarandığında, açıklamaların genel olarak birbiri ile örtüştüğü gözlenmektedir. Alan araştırmacılarının örtüşen genel tanımlarına göre *longa* (Öztuna, 1976: 365; Akdoğan, 1996: 314; Yavaşca, 2002: 97; Akdoğan, 2010: 37; Yahya Kaçar, 2012: 302; Say, 1985: 780), Romanya kökenli çalgısal bir oyun havası türüdür. 19. asırdan bu yana TSM geleneği mensupları tarafından bestelenmektedir. *Longalar* kimi kaynaklara (Akdoğan, 1996: 314; Öztuna, 1976: 365; Akdoğan, 2010: 37) göre daima nim sofyan usulünde, kimi kaynaklara göre (Yavaşca, 2002: 97) tercihen nim sofyan usulünde, kimi kaynaklara göre (Karadeniz, 1983: 160) yörük sofyan usulünde bestelenirler. Akdoğan (1996: 314) *longa türü*nü tarif ederken tempo bilgisini de vererek bu özelliği *allegro* olarak belirtmiştir. Araştırmacılara göre genellikle 4, bazen de 3 haneli olarak tanımlanan tür, eserin belirli bir kısmında icra edilen ve usüllü dem figürü tutan diğer sazların eşliğinde solo bir saz tarafından yapılan ara taksimden sonra başa dönülerek ve tempo daha yörük olacak şekilde tekrar edilebilmektedir. Bununla birlikte Öztuna (1976: 365), *longa türü*nün neredeyse *sirto türü* ile aynı olduğunu belirtmektedir.

1 Seslerin çalgı üzerindeki yerlerini ve bu seslerin nasıl çıkarılacağını gösteren bir müzik yazısı türü (Kennedy, 1980; akt. Akdoğan, 1993, s. 91).

1. 1. Amaç

Gelenek repertuarına son birkaç asırda eklenen türlerde yapısal özelliklerin ayırt edici unsurları değişime uğradığından bu özellikler zamanla geçirgen hale gelebilmekte, dolayısıyla bu türlerin tasniflemelerinde karışıklığa yol açabilmektedir. Bahsi geçen karışıklığa, özellikle sirtto ve longa türlerinin tasniflemelerinde karşılaşılmaktadır (Dinge, 2000: 1; Kahyaoğlu, 2016: 109; Doğruöz, 2021: 449). Araştırmada, longa türünde iki asır sürecinde belirginleşen, sabit kalan ve değişen hususların ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırmanın, longa türüne dair kimlik işaretleyici özelliklerini aydınlatarak besteci adaylarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.2. Araştırmanın Problemi

Araştırmanın amacı doğrultusunda “Türk sanat müziği geleneğinde longa türünün yapısal özellikleri ve dönemlere ilişkin yapısal özelliklerinin değişimleri nasıldır?” cümlesi araştırmanın problem cümlesini oluşturmaktadır.

1. 2. 1. Alt Problemler

1. Longa bestelerinde dönemlere göre en sık kullanılan biçim özellikleri nelerdir?
2. Longa bestelerinde dönemlere göre en sık kullanılan ritim özellikleri nelerdir?
3. Longa türünün dönemlere göre belirginleşen hacim özelliği nasıldır?
4. Longa türünün dönemlere göre belirginleşen yapısal simetri özellikleri nelerdir?
5. Longa türünde makama bağlı işitsel etki değiştiriciler, dönemlere göre ne sıklıkta kullanılmıştır?

2. YÖNTEM

2. 1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın amacı doğrultusunda nitel kapsamda doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. İnceleme sonucunda elde edilen veriler nicel çerçevede grafikler halinde sunulmuştur.

2. 2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, TSM repertuarında yer alan ve araştırma kapsamında ulaşılabilen longa türünde bestelenmiş 118 bestedir. Araştırmanın örnekleme, Doğruöz (2021) tarafından gerçekleştirilen “Sirtto ve Longa Türlerinin Yapısal Özelliklerinin Karşılaştırılması” başlıklı makaleye dayanmaktadır. Bu bağlamda belirlenmiş olan araştırmanın örneklemini, repertuar içerisinde yer alan bestecisi bilinen eserlerden her besteciye ait bir longa olmak üzere, toplamda 37 longa oluşturmaktadır. Ayrıca, TSM geleneğine eklendikten bugüne değin longaların yapısal ve biçimsel değişimini ortaya koymak amacıyla dönemsel bir yaklaşım benimsenmiştir. Bu bağlamda, bestecilerin doğum tarihleri göz önünde bulundurularak iki dönem belirlenmiş ve örneklem dâhilinde ölçüt olarak ele alınmıştır.

Bestecilerin doğum tarihlerine göre birinci dönem 1800-1900, ikinci dönem 1900-2000 olmak üzere iki süreç belirlenmiştir. Araştırma çerçevesinde taranan arşivlerden ulaşılan bestecisi belli olan longalar, belirlenen dönemlere göre aşağıdaki tablolarda listelenmiştir. Araştırmanın örnekleme alınan longalar (*) işareti ile belirtilmiştir.

Tablo 1. Birinci dönem (1800-1900) longa bestecileri ve besteleri

Besteci	Dönem	Makam
Sebah Efendi	(1828-1894)	Kürdîlihiczakâr*
Santuri Ethem Efendi	(1855-1926)	Acem
		Hicaz
		Hicazkâr
		Hicazkâr Bûselik
		Hüzzam
		Kürdîlihiczakâr
		Neveser
		Nişâburek
		Sultâniyegâh
		Sûzidil
		Sûzinâk
		Şehnâz*
		Şevkefzâ
		Rast
Uşşak		
Hasan Sabri Bey	(1865-1922)	Acemaşîrân*
İsmail Hakkı Bey	(1865-1927)	Acemaşîrân
		Hicazkâr
		Mâhur
		Muhayyer
		Nihâvend*
		Sûzidil
Sûzinâk		
Kemani Memduh Efendi	(1868-1938)	Hicaz*
Udi Sami Bey	(1876-1939)	Karcığâr*
Tanburi Cemil Bey	(1873-1916)	Nikrîz*
Kevser Hanım	(1880-1950)	Nihâvend*
Kemani Serkis	(1885-1940)	Şehnâz*
Ahmed Mükerrerem Akıncı	(1885-1940)	Hüzzam*
Mehmet Kasabalı	(1889-1977)	Kürdîlihiczakâr*
Sedat Öztoprak	(1890-1947)	Ferahfezâ
		Hicazkâr
		Nişâburek
		Ruhnevaz (No 1)
		Ruhnevaz (No 2)
		Sûzidil
Tarz-ı Nevin*		
Haydar Tatlıyay	(1890-1963)	Acemaşîrân*
		Kürdîlihiczakâr (No1)
		Kürdîlihiczakâr (No2)
		Nikrîz
Şehnâz		

Besteci	Dönem	Makam
Sadi Erden	1896-1963	Acemkürdî
		Hicaz
		Mâhur
		Nikrîz
		Sultânîyegâh
		Sûzinâk*
		Şedarabân
Ali Bey (Kanuni/Ama)	d.19.yy.	Nihâvend*

Tablo 1'e göre, longa bestelerinin görüldüğü ilk dönemde 15 bestecinin 53 longa bestesi bulunmaktadır.

Tablo 2: İkinci dönem (1900-2000) longa bestecileri ve besteleri

Besteci	Dönem	Makam
Yesari Asım Arsoy	(1900-1992)	Rast
		Şedarabân*
Faruk Arifi Emhaz	(1904-?)	Rast*
Zeki Duygulu	(1907-1974)	Sultânîyegâh*
Rafet Kırıl	(1931-?)	Hüseyinî*
Akın Özkan	(1934-2007)	Kürdîlihiczakâr*
		Şehnâzbüselik
Aslan Hepgür	(1934-2001)	Nihâvend*
Esmâ Karamancı	(1936-?)	Rast*
Aydın Oran	(1937-2018)	Acemaşîrân (No1)
		Acemaşîrân (No2)
		Acemaşîrân (No3)
		Acemkürdî
		Büselik
		Eviç
		Hicaz
		Hüzzam
		İsfahan
		Karcığâr
		Mâhur (No1)
		Mâhur (No2)
		Mâhur (No3)
		Muhayyerkürdi*
		Nişâburek
		Sabâ
		Segâh (No1)
Segâh (No2)		
Sûzidil/		
Şedarabân		
Yegâh		
Cinuçen Tanrıkorur	(1938-2000)	Kürdîlihiczakâr*

Besteci	Dönem	Makam
İsmail Demirkıran	(1940-2000)	Hüseyinî*
		Nihâvend
		Nikrîz
		Sûzinâk
Mutlu Torun	(1941-Yaşıyor)	Ferahfezâ*
Fethi Karamahmudoğlu	(1942-1999)	Hicaz Hümayun*
Oktay Tem	(1942-Yaşıyor)	Nihâvend *
Vefik Ataç	(1948-1999)	Hüzzam*
İbrahim Kalyon	20.yy.	Hicaz Hümayun*
Faik Sayren	20.yy.	Hisar Bûselik
		Hicaz*
Rifat Kayakök	20.yy.	Acemaşîrân
		Hicaz
		Neveser
		Rast*
Ruhi Ayangil	(1953-Yaşıyor)	Ferahnâk
		Şevkefzâ
		Vecd-i dil*
Hüsnü Üstün	(1956- Yaşıyor)	Bayatî
		Hicaz
		Hüseyinî
		Sûzidil*
Özdemir Hafızoğlu	(1959- Yaşıyor)	Tahir
		Acemkürdi*
		Hicaz
		Kürdi
		Muhayyerkürdi
		Nihâvend 1
Erol Çiftçi	(1965-Yaşıyor)	Nihâvend 2
		Sûzinâk
Göksel Baktagir	(1966- Yaşıyor)	Nihâvend*
		Şehnâz
		Bûselik*
		Mâhur
		Sultânîyegâh

Tablo 2'ye göre, 1900-2000 longa bestelerinin görüldüğü ikinci dönemde 22 bestecinin 65 longa bestesi bulunmaktadır.

2.3. Verilerin Toplanması ve Çözümlemesi

Araştırmanın verileri, Doğruöz (2021) tarafından gerçekleştirilen araştırmaya dayanmaktadır. Araştırma verilerini analiz etmek amacıyla, SPSS (sürüm 22,0) kullanılarak longaların yapısal özelliklerine dair veriler sayısallaştırılarak grafikler halinde sunulmuştur.

Longalar incelenirken, incelenen eserlerde yapısal özellikleri belirleyici/sınıflandırmaya yarayan bazı tanımlamalar kullanılmıştır. Örneğin işitsel değiştiriciler etkilerinin yoğunluğuna göre *majör* ve *minör işitsel etki*

değiştiriciler olarak ayrılmıştır. Majör işitsel etki değiştiriciler, makam değişimi (makam geçkisi) ve usûl değişimi (usûl geçkisi) olarak belirginleşmektedir. Minör işitsel etki değiştiriciler ise başka bir makamdan çeşni ödünçleme, makamın farklı bir perde bölgesine geçiş, önemlendirilen perdelerin değiştirilmesi, çalgılamının değiştirilmesi, tempo ve düzum değişiklikleri olarak belirginleşmektedir. Bu araştırmada çeşni ve geçki özellikleri bir arada değerlendirilmiş, bu uygulamalar *makama bağlı işitsel etki değiştiriciler* olarak belirtilmiştir (Doğruöz ve Tutu, 2021: 1432).

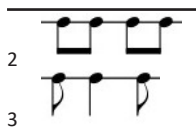
Longa incelemelerinde biçim kurgusu değerlendirmeleri yapılırken, bestecilerin tasarımlarında kullandığı anlamlı en alt birimin belirlenmesi davranışı tercih edilmiştir. Bu doğrultuda incelenen longaların hacimsel özellikleri göz önünde bulundurulmuş, eseri ifade eden kurguların dizilimi bölüm ölçeğinden cümle ölçeğine indirgenmiştir. Araştırma kapsamına alınan longalarda bu doğrultuda cümle akışı incelendiğinde üç tip biçim kurgusu ile karşılaşılmıştır. *Kavuştaklı* biçim kurgusu daha çok haneli longalarda görülmüştür. *Dönüşümlü* biçim kurgusunda eserin sonundan dönüş yapılarak yinelenen ve bestecinin belirlediği kısım ile eser bitirilmiştir. *Sırasal* biçim kurgusunda ise longanın bölmeleri arka arkaya icra edilerek eser sonlandırılmaktadır (Akdoğan, 1996, s. 75).

İncelemelerde minör işitsel etki değiştiriciler çerçevesinde değerlendirilen *düzüm*, usûl yapısının iç dinamiğini oluşturan vurguların sistematik olarak organize edilmiş halini ifade etmektedir. Gelenekte *ikâ* olarak da isimlendirilen bu husus, bir nevî eserin aksânı hakkında bilgi vermektedir. Kimi zaman aynı usûllerle tasarlanan farklı türleri, düzum farklılıkları ayırtılabilmektedir. Araştırmada incelenen eserlerde düzum tiplerini belirleyici ve sınıflandırmada yararlanılan işaretlemeler *Tip 1*, *Tip 2*, *Tip 3* ve *Tip 4* olarak kullanılmıştır. Tip1², araştırma kapsamında usûl darblarına sade bir uyum gösteren düzum tipini ifade etmektedir. Longa tasarımında birden fazla düzum tipi kullanıldıysa, bu durum Tip 2 olarak gösterilmiştir. Tip 3³, senkoplu vurguyu tarif etmede kullanılmıştır. Tip 4 ise türün özelliklerini belirleyecek biçimde sayısal olarak bir arada bulunduğu küme oluşturmayan çeşitli düzum tiplerini ifade etmektedir.

İncelemelerde bir diğer minör işitsel etki değiştiriciler kapsamında değerlendirilen *tempo*, eserin birim vuruşuna göre belirlenmiş nota değerinin bir dakikalık zaman dilimi içerisinde seslendirilme sayısını ifade etmektedir. Bu araştırmada yer alan veriler, birim vuruşa göre belirlenmiş dörtlük nota değeri üzerinden örneklem dahilinde üzerinde tempo özelliği yazılmış 18 longanın verilerini kapsamaktadır. İncelenen longalarda; çok yavaş (*largo*), yavaş (*adagio*), orta yavaş-yörük (*andante*), orta çabuk (*moderato*) ve hızlı (*allegro*) hız göstergeleri belirtilmiştir. Bunlara ek olarak eser içerisinde temposu değişen nadir longalar da bulunmaktadır. Bu longalar hızlı-orta çabuk (*allegro-moderato*) ve yavaş-çok yavaş (*adagio-largo*) hız notları ile çeşitli arşivlerde yer almaktadır.

Araştırmada hacim odağında incelenen özellik, longa türünün uzun soluklu olup olmadığının bilgisini içermektedir. Cümle sayıları her ne kadar hacim özelliği hakkında bilgi verse de usûl devrinin uzunluğu da bu çıkarımlarda etkili olmaktadır. Longaların hacmine ilişkin cümle sayıları ile ilgili değerlendirmeler yapılırken, usûl devrinin kısa soluklu olduğu göz önünde bulundurulmuştur. Bu ön kabul, longa bestelerinde kullanılan usûllerin küçük usûller olması temeline dayanmaktadır.

Araştırmada bir tasarım çeşidi olan simetrik veya asimetric yaratma davranışları incelenirken, bu belirlenimler ile estetik bir öncelik veya tercih ima edilmemektedir. Özellikle belirtilmelidir ki hem simetrik hem de asimetric yaratma davranışları, eser iç dinamiklerinde ayrı birer estetik unsur olarak kullanılabilir. Bu çerçevede yapılan incelemelerde cümle ölçü sayılarının eşit veya değişken olma durumlarına göre longa besteleri, simetrik veya asimetric tasarımlar olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca, incelenen longaların çatal cümle ve çatal cümlecik ölçeklerinde simetrik tasarımları belirlenmiştir. Çatal ezgi, bir ezgiyi oluşturan figür ya da figürlerin bir veya birkaç sesine yeni sesler ekleme veya figürün sürelerinden birkaçının sürelerini değiştirme işlemine denmektedir (Akdoğan, 1996: 22). Duyumsal olarak tekrar ifadeleri barındıran bu yapılar, besteciler tarafından işitsel bütünlüğü ve dengeyi sağlama işleviyle kullanılmışlardır.



3. BULGULAR

Araştırma kapsamında longaların biçim özelliklerine ilişkin bulgular (biçim kurgusu, bölüm sayısı, hane tasarımı), ritim özelliklerine ilişkin bulgular (usûl tipleri, düzum tipleri, tempo özelliği), hacim özelliklerine ilişkin bulgular (cümle sayısı), yapısal simetri özelliklerine ilişkin bulgular (cümle ölçü sayısı, çatal cümle tasarımı, çatal cümlecik tasarımı) ve makama bağlı işitsel etki değiştiricilere ilişkin bulgular (geçki /çeşni kullanımı) aşağıda tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 3: Birinci dönem longa bulguları tablosu

Besteci/ Longa makamı	Biçim	Bölüm	Hane	Cümle Sayısı	Usûl	Düzüm	Tempo*	Cümle Ölçü Sayısı	Çatal Cümle	Çatal Cümlecik	Çeşni/Geçki
Kemani Sebu/ Kürdîlihiczakâr	Sırasal	2	-	7	Sofyan	Tip 2	Hızlı	4	+	+	+
Santuri Edhem/Efendi Şehnâz	Kavuştaklı	1	3+1	7	Sofyan	Tip 1	Orta yavaş	4	+	+	+
Hasan Sabri Bey/ Acemaşîrân	Kavuştaklı	1	3+1	8	Nim sofyan	Tip 1	Orta yavaş	8	+	+	+
İsmail Hakkı Bey/ Nihâvend	Kavuştaklı	1	3+1	10	Nim sofyan	Tip 1	-	4	+	+	+
Kemani Memduh Efendi/Hicaz	Kavuştaklı	1	-	8	Sofyan	Tip 1	-	Değişken	+	+	+
Udi Sami Bey/Karcığar	Kavuştaklı	1	4+1	10	Nim sofyan	Tip 1	-	8	+	+	+
Tanburi Cemil Bey Nikrîz	Dönüşümlü	1	-	4	Nim sofyan	Tip 1	Orta yavaş	8	-	-	+
Kevser Hanım Nihâvend	Dönüşümlü	1	2+1	4	Nim sofyan	Tip 1	Orta çabuk	Değişken	-	+	+
Kemani Serkis/Şehnâz	Kavuştaklı	1	3+1	12	Nim sofyan	Tip 1	-	Değişken	-	-	+
Ahmed M. Akıncı/ Hüzzam	Kavuştaklı	1	4+1	12	Nim sofyan	Tip 1	Yavaş	Değişken	-	+	+
Mehmet Kasabalı/ Kürdîlihiczakâr	Kavuştaklı	1	4+1	10	Sofyan	Tip 1	Orta yavaş	2	-	-	+
Sedat Öztoprak/ Ferahfezâ	Kavuştaklı	1	3	5	Nim sofyan	Tip 1	-	Değişken	-	+	+
Haydar Tatlıyay/ Acemaşîrân	Sırasal	3	-	14	Değişken	Tip 2	-	Değişken	-	+	+
Sadi Erden/Sûzinâk	Kavuştaklı	1	4+1	10	Nim sofyan	Tip 1	-	4	-	+	+
Ali Bey (Kanuni/Âmâ)/ Nihâvend	Sırasal	1	-	10	Sofyan	Tip 3	-	Değişken	-	+	+

*Tempo başlığı altında bulunan bilgiler, eserlerin nüshalarında yer alan notlardan ibarettir. Nüshalar üzerinde yer alan tempo notları bestecinin kendisine ait olmayabilir.

Tablo 3, birinci dönem doğumlu 15 bestecinin beste incelemelerini içermektedir. Tabloya göre incelenen longalardan elde edilen bulgularda; üç sırasal, on kavuştaklı ve iki dönüşümlü biçim kurgusunda; 1 bölümlü on üç, 2 bölümlü bir ve 3 bölümlü bir tane; beş hanesiz, bir 3 haneli, bir 2 hane bir mülâzime, dört 3 hane bir mülâzime

ve dört tane 4 hane bir mülâzimedden oluşan; iki tane 4 cümleden, bir tane 5 cümleden, iki tane 7 cümleden, iki tane 8 cümleden, beş tane 10 cümleden, iki tane 12 ve bir tane 14 cümleden oluşan; beş sofyan, dokuz nim sofyan ve bir tane değişken usûllerle bestelenmiş; on iki Tip 1, iki Tip 2 ve bir tane Tip 3 düzumünde; sekiz nüshalarda metronom bilgisi yer almayan, bir yavaş, dört orta yavaş, bir orta çabuklukta ve bir hızlı tempo bilgisi yer alan; yedi tane cümlelerinde değişken ölçü sayısı kullanılan, bir tane 2 ölçü sayısı, dört tane 4 ölçü sayısı, üç tane 8 ölçü sayısı cümleleri oluşmuş; dokuz tane çatal cümle inşa şekli kullanılmayan, altı tane çatal cümle inşa şekli kullanılan; on iki çatal cümlecik inşa şekli kullanılan, üç tane kullanılmayan ve tamamında makama bağlı işitsel etki değiştiriciler kullanılan longalar tespit edilmiştir.

Tablo 4. İkinci Dönem Longa Bulguları Tablosu

Besteci/Longa makamı	Biçim	Bölüm	Hane	Cümle Sayısı	Usûl	Düzüm	Tempo	Cümle Ölçü Sayısı	Çatal Cümle	Çatal Cümlecik	Çeşni/Geçki
Yesârî Asım Arsoy/ Şedarabân	Kavuştaklı	2	4+1	10	Sofyan	Tip 2	-	Değişken	+	+	+
Faruk Arifi Emhaz/Rast	Kavuştaklı	1	3+1	6	Nim sofyan	Tip 1	-	Değişken	-	+	-
Zeki Duygulu/ Sultânîyegâh	Kavuştaklı	1	4+1	10	Nim sofyan	Tip 4	-	4	-	-	+
Rafet Kırıl/Hüseynî	Kavuştaklı	2	3+1	6	Değişken	Tip 2	-	Değişken	-	+	+
Akın Özkan/ Kürdîlihiczakâr	Kavuştaklı	2	3+1	7	Nim sofyan	Tip 2	Yavaş	Değişken	+	+	+
Aslan Hepgür/Nihâvend	Sırasal	1	-	12	Nim sofyan	Tip 1	-	4	+	+	-
Esmâ Karamancı/Rast	Kavuştaklı	2	4+1	15	Değişken	Tip 2	Hızlı/ Orta çabuk	Değişken	+	+	-
Aydın Oran/ Muhayyerkürdi	Kavuştaklı	1	3+1	8	Nim sofyan	Tip 1	Orta yavaş	4	-	-	+
Cinuçen Tanrıkorur/ Kürdîlihiczakâr	Kavuştaklı	1	3+1	10	Nim sofyan	Tip 1	Orta çabuk	Değişken	-	+	+
İsmail Demirkıran/ Hüseynî	Kavuştaklı	1	4+1	5	Nim sofyan	Tip 4	Çok yavaş	4	-	+	+
Mutlu Torun/Ferahfezâ	Kavuştaklı	1	2+1	17	Nim sofyan	Tip 1	Orta çabuk	4	-	-	+
Fethi Karamahmudoğlu/ Hicaz Hümayun	Kavuştaklı	1	4+1	6	Sofyan	Tip 3	-	4	-	-	+
Oktay Tem/Nihâvend	Kavuştaklı	1	3+1	5	Nim sofyan	Tip 1	-	4	+	+	+
Vefik Ataç/Hüzzam	Kavuştaklı	1	3	3	Nim sofyan	Tip 1	-	8	-	-	+
İbrahim Kalyon/Hicaz Hümayun	Dönüşümlü	1	-	10	Nim sofyan	Tip 1	-	Değişken	-	-	+
Faik Sayren/Hicaz	Kavuştaklı	1	4+1	10	Nim sofyan	Tip 1	-	4	-	+	+
Rıfat Kayakök/Rast	Kavuştaklı	1	4+1	8	Nim sofyan	Tip 1	-	Değişken	+	-	-
Ruhi Ayangil/ Vecd-i dil	Kavuştaklı	1	3+1	11	Nim sofyan	Tip 1	Orta çabuk	Değişken	+	-	+

Besteci/Longa makamı	Biçim	Bölüm	Hane	Cümle Sayısı	Usûl	Düzüm	Tempo	Cümle Ölçü Sayısı	Çatal Cümle	Çatal Cümlecik	Çeşni/Geçki
Hüsnü Üstün/Sûzidil	Kavuştaklı	1	3+1	8	Nim sofyan	Tip 1	Orta yavaş	4	+	-	+
Özdemir Hafizoğlu/Acemkürdî	Kavuştaklı	1	3+1	8	Nim sofyan	Tip 1	Orta çabuk	Değişken	-	-	+
Erol Çiftçi/Nihâvend	Kavuştaklı	1	3+1	12	Nim sofyan	Tip 1	Orta yavaş	Değişken	-	-	+
Göksel Baktagir/Bûselik	Dönüşümlü	2	-	9	Nim sofyan	Tip 1	Yavaş/Çok yavaş	Değişken	+	+	+

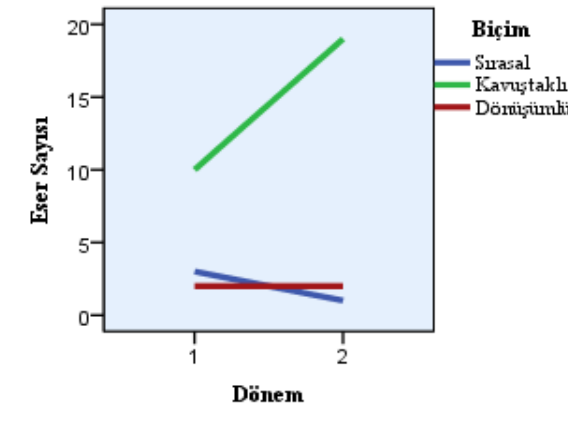
Tablo 4, ikinci dönem doğumlu 22 bestecinin beste incelemelerini içermektedir. Tabloya göre incelenen longalardan elde edilen bulgularda; bir sırasal, on dokuz kavuştaklı ve iki dönüşümlü biçim kurgusunda; 1 bölümlü on yedi, 2 bölümlü beş tane; üç hanesiz, bir 3 haneli, bir 2 hane bir mülâzimededen, on 3 hane bir mülâzimededen ve yedi tane 4 hane bir mülâzimededen oluşan; bir tane 3 cümleden, iki tane 5 cümleden, üç tane 6 cümleden, bir tane 7 cümleden, dört tane 8 cümleden, bir tane 9 cümleden, beş tane 10 cümleden, bir tane 11 cümleden, iki tane 12 cümleden, bir tane 15 ve bir tane 17 cümleden oluşan; iki sofyan, on sekiz nim sofyan ve iki tane değişken usûllerle bestelenmiş; on beş Tip 1, dört Tip 2, bir Tip 3 ve iki tane Tip 4 düzümünde; on bir metronom bilgisi yer almayan, bir çok yavaş, bir yavaş, üç orta yavaş, dört orta çabuklukta, bir hızlı ve orta çabuk, bir yavaş ve çok yavaş tempo bilgisi yer alan; on iki cümlelerinde değişken ölçü sayısı kullanılan, dokuz tane 4 ölçü sayısı ve bir tane 8 ölçü sayısı cümleleri oluşmuş; on üç çatal cümle inşa şekli kullanılmayan, dokuz çatal cümle inşa şekli kullanılan; on bir çatal cümlecik inşa şekli kullanılan, on bir çatal cümlecik inşa şekli kullanılmayan; ve on sekiz makama bağlı işitsel etki değiştiricilerin kullanıldığı, dört tane bu hususun kullanılmadığı longalar tespit edilmiştir.

3. 1. Longaların Biçim Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu kısmında, birinci alt problem doğrultusunda longaların dönemlere ilişkin biçimsel özelliklerine (biçim kurgusu, bölüm sayısı ve haneli tasarım) dair elde edilen bulgular, grafikler halinde sunulmuştur.

3. 1. 1. Biçim Kurguları

Araştırma kapsamında incelenen longaların biçim kurgularına ilişkin bulguları, aşağıda grafik halinde sunulmuştur.



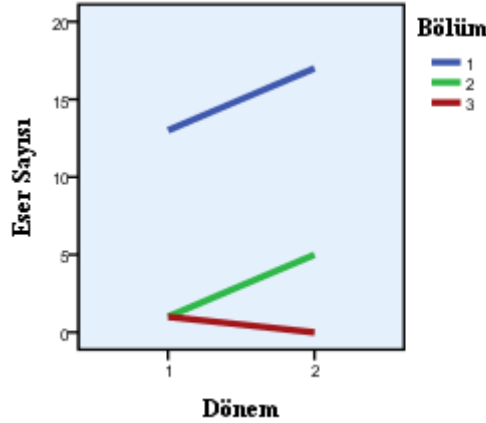
Grafik 1. Longaların biçim kurgularına ilişkin analiz sonuçları grafiği.

Grafik 1’de yer alan analiz sonuçlarına göre, longa türünde iki dönem boyunca öne çıkan besteleme biçimi, “kavuştaklı” olmuştur. Bu biçim kurgusunun tercih edilme sebebi, gelenekte yer alan çalgısal eserlerde (saz

semai, peşrev) kullanılan yaratma davranışına öykünerek eserlerin haneli yapıda bestelenmesi olabilir. İncelenen repertuvarda “sırasal” ve “dönüşümlü” biçim kurgularıyla bestelenmiş longalar nadir olarak bulunmaktadır fakat bu besteleme davranışlarının sıklığı, türü belirleme eşliğinden uzaktadır.

3. 1. 2. Bölüm Sayıları

Araştırma kapsamında incelenen longaların bölüm sayılarına ilişkin bulguları, aşağıda grafik halinde sunulmuştur.

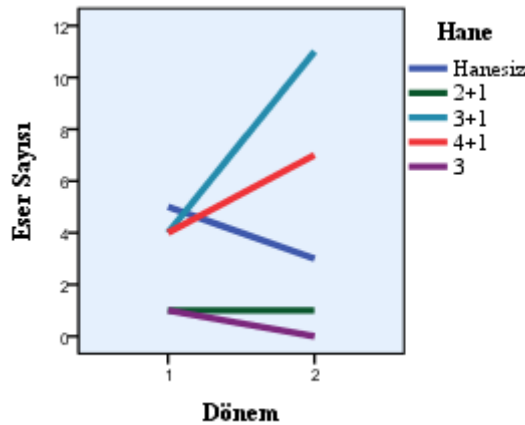


Grafik 2. Longaların bölüm sayılarına ilişkin analiz sonuçları grafiği.

Grafik 2’de yer alan analiz sonuçlarına göre longa besteleri çoğunlukla tek bölümlü olarak inşa edilmiştir. İki bölümlü inşa şeklinin kullanımı ikinci döneme varan süreçte artış göstermişse de türün belirleyebilecek düzeyde değildir. Longa repertuarında üç bölümlü örneklere birinci dönemde nadiren rastlansa da, ikinci dönemde bu inşa şekli kaybolmuştur.

3. 1. 3. Hane Tasarımları

Araştırma kapsamında incelenen longaların hane tasarımlarına ilişkin bulguları, aşağıda grafik halinde sunulmuştur.



Grafik 3. Longaların hane tasarımına ilişkin analiz sonuçları grafiği.

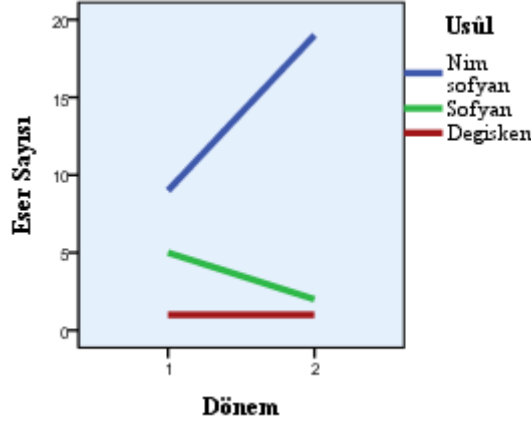
Grafikte yer alan analiz sonuçlarına göre birinci dönemde hanesiz longalar çoğunlukta iken, ikinci dönemde üç hane bir mülâzime ve dört hane bir mülâzimedenden oluşan longalar çoğunlukta. İki ve üç haneli longalar oldukça az sıklıkla görülmekle birlikte, üç haneli mülâzimesiz longalar ikinci dönemde varlığını yitirmiştir. Dolayısıyla, longa türünü belirleyen unsurlar arasında üç veya dört hane ile tasarım şekli öne çıkmaktadır.

3. 2. Longaların Ritim Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu kısmında, ikinci alt problem doğrultusunda longaların dönemlere ilişkin ritim özelliklerine (usûl, düzüm ve tempo) dair bulgular grafikler halinde sunulmuştur.

3.2.1.Usûl Tipleri

Araştırma kapsamında incelenen longaların usûl özelliklerine ilişkin bulguları, aşağıda grafik halinde sunulmuştur.

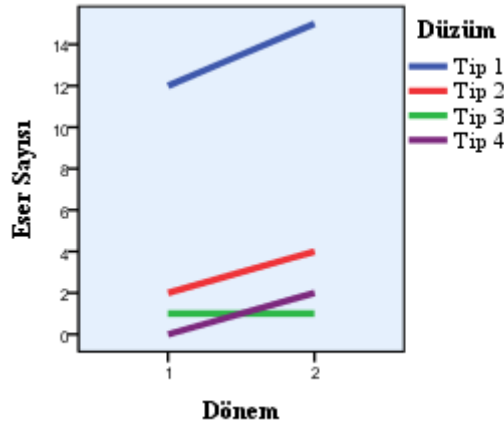


Grafik 4. Longaların usûl tiplerine ilişkin analiz sonuçları grafiği.

Grafikte yer alan verilere göre longa bestelerinde süreç boyunca nim sofyan usûlü ile bestelenen longalar dikkat çekici sıklıktadır. Bununla birlikte kimi zaman sofyan usûlünde ve kimi zaman eser içerisinde usûl değiştiren longalara rastlansa da, bu unsurlar türü belirleyecek yoğunlukta değildir.

3. 2. 2. Düzüm Tipleri

Araştırma kapsamında incelenen longaların düzüm tiplerine ilişkin bulguları, aşağıda grafik halinde sunulmuştur.

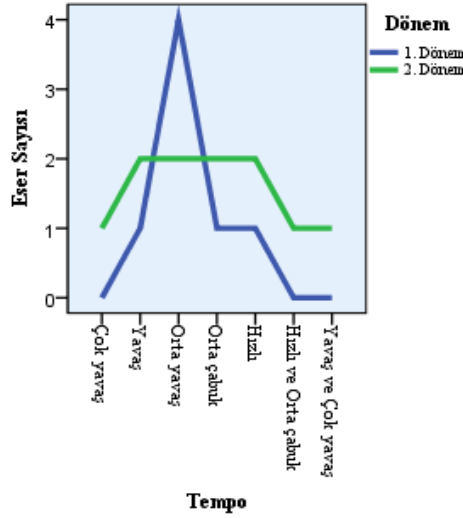


Grafik 5. Longaların düzüm tiplerine ilişkin analiz sonuçları grafiği.

Grafik 5'e göre, longa bestelerinde türü belirleyebilecek yoğunlukta görülen düzüm, Tip 1 düzümü olarak öne çıkmaktadır. Longa repertuarında Tip 2, Tip3 ve Tip 4 düzümlerine rastlanılsa da bu sıklık türü belirleyecek bir sayıda değildir.

3. 2. 3. Tempo Özellikleri

Araştırma kapsamında longaların tempo özelliklerine ilişkin bulguları, aşağıda grafik halinde sunulmuştur.



Grafik 6. Longaların tempo özelliklerine ilişkin analiz sonuçları grafiği.

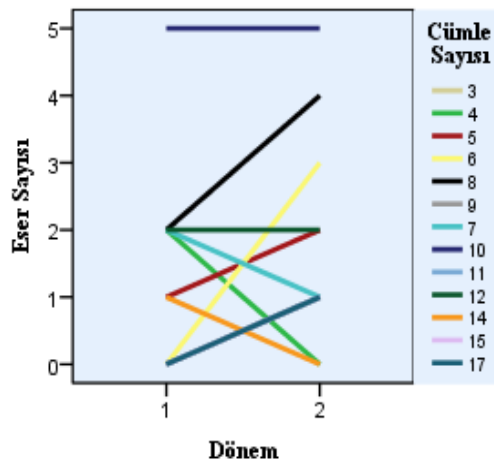
Grafikte yer alan verilere göre longalarda orta yavaş (andante) tempoda tasarlanan besteler öne çıkmaktadır. Bununla birlikte beş farklı tempoda bestelenmiş longaların yanı sıra nadiren eser içerisinde hız değiştiren longalar da bulunmaktadır. İncelenen longa repertuarında çeşitli tempolarla tasarlanmış eserler bulunmakta, türü belirleyecek sayıda aynı tempoda eser bulunmamaktadır.

3. 3. Longaların Hacim Özelliğine İlişkin Bulgular

Araştırmanın üçüncü alt problemi doğrultusunda, longa türünün dönemlere ilişkin hacim özelliği, cümle sayısı temel alınarak değerlendirilmiştir.

3. 3. 1. Cümle Sayıları

Araştırma kapsamında incelenen longaların cümle sayılarına ilişkin bulguları, aşağıda grafik halinde sunulmuştur.



Grafik 7. Longaların cümle sayılarına ilişkin analiz sonuçları grafiği.

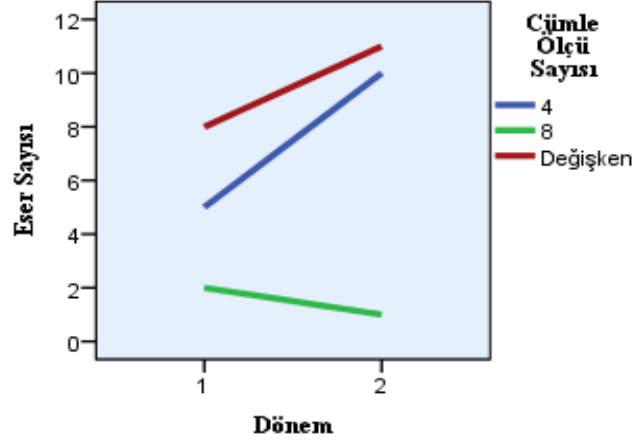
Araştırma kapsamında incelenen longa repertuarının, 3 ila 17 arasında değişen cümle sayıları ile inşa edildikleri belirlenmiştir. Grafik 7'ye göre longa repertuarında yer alan eserlerin genellikle 7, 8 ve en sık da 10 cümleden oluştuğu görülmektedir.

3. 4. Longaların Yapısal Simetri Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın dördüncü alt problemi doğrultusunda incelenen longaların dönemlere ilişkin yapısal simetri özellikleri kapsamında; cümle ölçü sayıları, çatal cümle ve çatal cümlecik hususları değerlendirilmiştir.

3. 4. 1. Cümle Ölçü Sayıları

Araştırmada incelenen longaların cümle ölçü sayılarına ilişkin bulguları, aşağıda grafik halinde sunulmuştur.

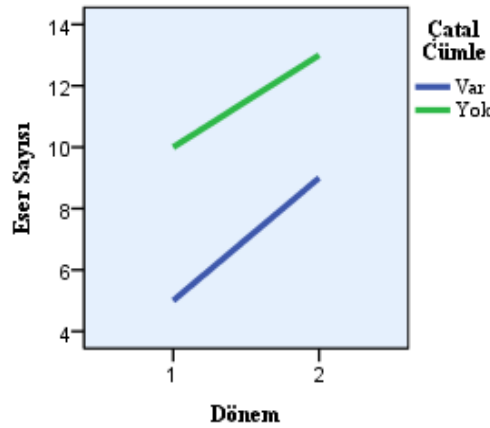


Grafik 8. Longaların cümle ölçü sayılarına ilişkin analiz sonuçları grafiği.

Grafik 8'e göre longaların çoğunlukla değişken ölçü sayıları ile bestelendiği belirlenmiştir. Longa bestelerinde 4 ve 8 *cümle ölçü* sayılarından oluşan örnekler de yer almaktadır, özellikle 2. dönem longa bestelerinde 4 cümle ölçü sayısından oluşan simetrik örneklerin çoğalmaya başladığı görülmektedir.

3. 4. 2. Çatal Cümle Tasarımı

Araştırmada incelenen longaların çatal cümlelerine ilişkin bulguları, aşağıda grafik halinde sunulmuştur.

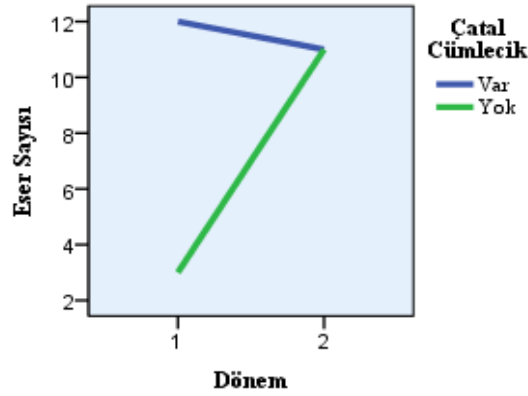


Grafik 9. Longaların çatal cümle tasarımlarına ilişkin analiz sonuçları grafiği.

Grafik 9'a göre longaların çoğunlukla çatal cümle tasarımı olmadan bestelendiği görülmektedir. Bununla birlikte longa bestelerinde çatal cümle tasarım biçiminin süreç içerisinde artmış olduğu görülmektedir.

3. 4. 3. Çatal Cümlecik Tasarımı

Araştırmada incelenen longaların çatal cümleciklerine ilişkin bulguları, aşağıda grafik halinde sunulmuştur.



Grafik 10. Longaların çatal cümlecik tasarımlarına ilişkin analiz sonuçları grafiği.

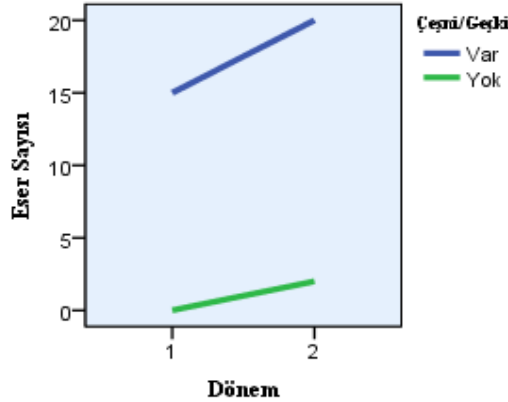
Grafik 10'a göre, longaların birinci dönemde çoğunlukla çatal cümlecik tasarımıyla bestelendikleri belirlenmiştir. Bununla birlikte süreç içerisinde çatal cümlecik kullanılmadan tasarlanan longaların ikinci dönemde dikkat çekici bir biçimde artmış olduğu görülmektedir. Çatal cümlecik inşa şeklinin ikinci dönemde artışının (Grafik 9), çatal cümle inşa şeklinin ikinci dönemde artışı ile doğru orantılı olması, bu hususun iki ayrı ölçekte kullanıldığını göstermiştir.

3. 5. Longalarda Makama Bağlı İşitsel Etki Değiştiricilere İlişkin Bulgular

Araştırmanın beşinci alt problemi doğrultusunda, longaların dönemlere ilişkin makama bağlı işitsel etki değiştiricileri olan geçki ve çeşni kullanımları bu kısımda grafikler halinde sunulmuştur.

3. 5. 1. Çeşni ve Geçki Kullanımı

Araştırmada incelenen longaların makama bağlı işitsel etki değiştiricileri olan çeşni ve geçki kullanımları birlikte ele alınmış ve aşağıda grafik halinde sunulmuştur.



Grafik 12. Longaların çeşni ve geçki özelliklerine ilişkin analiz sonuçları grafiği.

Grafik 12'ye göre longa bestelerinin tasarımlarında makama bağlı işitsel etki değiştiricilerin türü belirleyebilecek sayıda kullanıldığı dikkati çekmektedir⁴.

4. SONUÇ

Longa, 19. asır itibari ile gelenek mensubu besteciler tarafından üretilmeye başlanmıştır ve TSM repertuarında çalgısal türler arasında yer almaktadır. Romanya halk dans ve müzikleri kökenli tür, Türk müziği araştırmacıları

⁴ Longa türünün hacimsel yapısının geçki yerine çeşni özelliğine daha elverişli olması, bu bağlamda incelenen eserlerde çoğunluk uygulaması olarak dikkati çekmiştir.

tarafından kimi zaman oyun havaları üst başlığı altında, kimi zaman başlı başına çalgısal bir tür olarak açıklanarak tasniflenmektedir. Türk müzik kültürü içerisinde öncelikli olarak fasıl takımında yer edinen longalar, konserlerde, albümlerde, solo icralarda, çalgı eğitiminde ve benzeri işlevlerle kullanılmaktadır. Geleneğe eklendikten sonra besteciler tarafından ilgi gören longa türü, yeni bestelerle üretilmeye ve sayısal olarak artmaya devam etmektedir. Son iki asırda gelenek repertuarına eklenen görece yeni türlerin tasniflenmesinde (özellikle sirto türü ile longa türlerinde) farklılıklar/karışıklıklar olabilmektedir. Bu çerçevede, bahsi geçen türler kümesinde yer alan longaların çok ölçütlü olarak araştırılması ve iki asır sürecinde belirginleşen, ayrışan veya eklenen hususların ortaya çıkarılması amacıyla gerçekleştirilen araştırma sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Araştırmanın birinci alt problemi doğrultusunda longa türünün dönemlere ilişkin biçimsel özellikleri açıklanırken, biçim kurgusu, bölüm sayısı ve hane tasarımı hususları değerlendirilmiştir. Longaların biçim kurgularında iki dönem boyunca öne çıkan besteleme biçimi, “kavuştaklı” olarak belirlenmiştir. Bölüm sayılarına göre longa bestelerinin çoğunlukla tek bölümlü olarak inşa edildiği görülmüştür. Longa incelemelerinde değerlendirilen bir diğer özellik hane tasarımları hususunda; birinci dönemde hanesiz bestelenmiş longalar çoğunlukta iken, ikinci dönemde üç hane bir bir mülâzimedden oluşan longaların çoğunlukta olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla haneli tasarımlar çerçevesinde türün değişime uğradığı ortaya konmuştur.

Araştırmanın ikinci alt problemi doğrultusunda longa türünün dönemlere ilişkin ritim özellikleri; usûl, düzum ve tempo bileşenleri kapsamında değerlendirilmiştir. Usûl özelliği çerçevesinde, süreç boyunca nim sofyan usûlü ile bestelenen longaların çoğunlukta olduğu belirlenmiştir. Longalarda düzum tiplerinin incelemelerinde; usûl darblarının sade eşliğine uygun, birbirine eşit sürelerden oluşan düzumün (Tip 1), tür özelliği olarak sayılabilecek yoğunlukta olduğu ortaya çıkmıştır. Tempo özelliği açısından longalar incelendiğinde; araştırma kapsamında incelenen repertuar dahilinde çeşitli tempolarla tasarlanmış eserler dikkati çekmekte, türü belirleyecek sayıda aynı tempodaki esere ilişkin yazılı veri bulunmamaktadır. Örneklem dahilinde yer alan longaların icra kayıtlarına ulaşılabilen güncel icralarında genellikle tempo özelliğinin aynı eserde farklılık gösterebildiği, bununla beraber nüshalar üzerine not edilenden genellikle daha hızlı tempolarda icra edildikleri görülmektedir⁵. Bu belirsizliğin veya değişkenliğin sebebi, longaların TSM geleneği dairesinde belirli bir dansa eşlik işlevinin olmamasıyla ilişkilendirilebilir. Bunlara ek olarak, TSM geleneğinde kısa soluklu türlerde muhtemelen süreyi uzatmak amacıyla icracılar tarafından sıkça kullanılan tempolu taksim edimi, eğer belirtilmişse bestecinin, belirtilmemişse icracıların belirlediği eserin bir noktasında uygulanmakta, taksim sonrasında eser tempo artırılarak tekrarlanmaktadır. Dolayısıyla longa türünde tempo özelliği, hem nüsha üzerindeki notlarda hem de icra kayıtlarında çeşitlilik gösterdiğinden dolayı tür tarifi çerçevesinde netleştirilememektedir.

Araştırmanın üçüncü alt problemi çerçevesinde longa türünün uzun soluklu bir tür olup olmadığını (dönemlere ilişkin) belirlemek amacıyla besteleri oluşturan cümle sayıları değerlendirilmiştir. Analiz sonuçlarında türün 3 ila 17 arasında değişen cümle sayılarıyla, özellikle 8 ve en sık 10 cümleden oluştuğu belirlenmiştir. Çoğunlukla nim sofyan usûlünde bestelenen longaların genellikle dört civarında veya bu civarda seyreden değişken ölçü sayısından oluştuğu göz önünde bulundurulduğunda, longanın peşrev ve saz semai türlerine göre daha kısa soluklu bir tür olduğu ortaya çıkmaktadır.

Araştırmanın dördüncü alt problemi doğrultusunda, longa türünün dönemlere ilişkin yapısal simetri özellikleri değerlendirilirken; cümle ölçü sayıları, çatal cümle ve çatal cümlecik yapıları incelenmiştir. İkinci dönem longa bestelerinde, cümle ölçü sayılarının dörder ölçüden oluştuğu simetrik tasarımlı eserlerin dikkat çekici bir biçimde çoğalmaya başladığı görülmüştür. Bununla birlikte, çatal cümlecik inşa şeklinin ikinci dönemde artışının, çatal cümle inşa şeklinin ikinci dönemde artışı ile doğru orantılı olması, bu hususun iki ayrı ölçekte kullanıldığını göstermiştir. Dolayısıyla, longa tasarımlarında simetrik bir duyum sağlayan çatal ifadelerin sıkça kullanıldığı belirlenmiştir.

Araştırmanın beşinci alt problemi doğrultusunda longa türünün dönemlere ilişkin işitsel etki değiştiricileri olarak makamsal özellikleri, geçki ve çeşni unsurları dahilinde incelenmiş ve gelenek yaratma davranışında diğer

5 https://www.youtube.com/watch?v=D_nUve1BWRA; https://www.youtube.com/watch?v=-31Br_Vwoom; <https://www.youtube.com/watch?v=m39ptBpvQwM>; <https://www.dailymotion.com/video/x1y3fj8>; <https://www.youtube.com/watch?v=O9bc4YKzLPQ>; Erişim tarihi: 08.02.2021.

türlerde de olduğu gibi çoğunlukla bu uygulamanın kullanıldığı belirlenmiştir. Buna ek olarak tür hacminin daha elverişli olması sebebiyle, bu özelliğin çeşni kullanımını bağlamında öne çıktığı belirlenmiştir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda yapılan incelemelerde, türün süreç içerisinde değişen özellikleri çerçevesinde; birinci dönemde çoğunlukta olan hanesiz longaların yerini üç hane bir mülâzimedden oluşan longalara bıraktığı tespit edilmiştir. Süreç içerisinde iki bölümlü tasarlanan longaların sayısında artış gözlenmiştir. İlk dönemde nadiren de olsa görülen sofyan usulündeki longaların, süreç içerisinde yok denilebilecek sayıda azaldığı görülmüştür. Türün hacmi çerçevesinde değerlendirilen cümle sayıları, ikinci dönemde artış göstermiştir, bununla birlikte bu artış türü belirleyebilecek çoğunlukta değildir. Simetrik tasarım çerçevesinde değerlendirilen çatal cümle inşa şeklinin ikinci döneme doğru artış gösterdiği saptanmıştır. Yine simetrik tasarımlar çerçevesinde çatal cümlecik olmadan bestelenen longaların ikinci dönemde dikkat çekici biçimde artış gösterdiği görülmüştür. Bu durumun çatal cümle/çatal cümlecik tasarımlarının tercihi ile dengelendiği belirlenmiş, dolayısıyla simetrik bir duyum sağlayan çatal ifadelerin longa türünü belirleyebilecek çoğunlukta kullanıldığı tespit edilmiştir.

Sonu olarak, TSM geleneğinde longa; tek bölümlü ve çoğunlukla üç hane bir mülâzimedden oluşan kavuştaklı bölmelerle tasarlanan, nim sofyan usulünde ve usûl darblarına sade bir uyum gösteren düzümlerle inşa edilen, kısa soluklu, müzik ifadelerinin çatal ifadelerle geliştirildiği ve makama bağlı işitsel etki değiştiricilerin sıkça kullanıldığı çalgısal bir türdür.

Kaynakça

- Akdoğan, B. (2010). *Türk Din Mûsikîsi Dersleri*. Ankara: Bilge Ajans.
- Akdoğan, O. (1996). *Türler ve Biçimler*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Dinge, A. (2000). *Geleneksel Türk Sanat Müziği'nde Sirtolar*. İzmir: Senfoni Müzikevi.
- Doğruöz, M. D. (2020). *Türk Sanat Müziği Geleneğinde Sirtolar*. İzmir: Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.
- Doğruöz, M. D. & Tutu, S. B. (2021). Türk Sanat Müziği Geleneğinde Sirtolar Türü ve Türün Yapısal Değişim Çizgisi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10 (2), 1420-1445. DOI: 10.15869/itobiad.880325
- Doğruöz, M. D. (2021). Sirtolar ve longa türlerinin yapısal özelliklerinin karşılaştırılması. *Erciyes Akademi*, 35 (2), 447-459. DOI: 10.48070/erciyesakademi.938202
- Çar, G. Y. (2012). *Türk Mûsikîsi Rehberi (2. Baskı)*. Ankara: Maya Akademi.
- Kahyaoğlu, Y. (2011). *Kanun Sazı Öğretiminde Klasik Türk Müziği Saz Eseri Formlarının Fonksiyonlarının İncelenmesi*. Yayınlanmamış doktora tezi. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Malatya.
- Karadeniz, E. (1983). *Türk Mûsikîsinin Nazariye ve Esasları*. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Öztuna, Y. (1976). *Türk Mûsikîsi Ansiklopedisi (Cilt I)*. İstanbul: MEB Yayınları.
- Say, A. (1985). *Müzik Ansiklopedisi*. Ankara: Başkent Yayınevi.
- Tutu, B. (2020). Evolution Of An Instrumental Genre In Traditional Turkish Art Music: A Discussion On "Instrumental Semâî". *Eurasian Journal of Music and Dance*, (16), 114-133.
- Yavaşca, A. (2002). *Türk Musikisinde Kompozisyon ve Beste Biçimleri*. İstanbul: Türk Kültürüne Hizmet Vakfı.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:22.03.2021 ✓Accepted/Kabul:06.05.2021

DOI:10.30794/pausbed.901467

Araştırma Makalesi/ Research Article

Hocaoğlu Bahadır, N. (2021). "The Europeanization of Turkey's Nature Protection and Biodiversity Policy" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 237-246.

THE EUROPEANIZATION OF TURKEY'S NATURE PROTECTION AND BIODIVERSITY POLICY

Neriman HOCAOĞLU BAHADIR*

Abstract

European Union (EU) is one of the leading actors in the environment policy field. The leading role of the EU partially comes from its aim to protect the environment from the negative effects of the mankind and partially due to the nature of borderless environmental problems. Nature protection and biodiversity is an important part of the environment. As a leading actor the EU affects the policies of the candidate states. These states have to be in line with the EU policies if they want to be part of the EU. Turkey, as a candidate state, has to be in line with the EU policies, as well. This research focuses on nature protection and biodiversity in order to see the Europeanisation of Turkey in this field. So, this research specifies "misfit"s between EU and Turkish nature protection and biodiversity policy as a need of Europeanization and observes the outcomes of Europeanization process. As a result, it can be seen that the effects of EU on Turkish nature protection and biodiversity policy are not at the desired level.

Keywords: *Europeanization, nature protection, Biodiversity, Misfit.*

TÜRKİYE'NİN DOĞA KORUMA VE BİYOLOJİK ÇEŞİTLİLİK POLİTİKASININ AVRUPALILAŞMASI

Öz

Avrupa Birliği (AB), çevre politikası alanında önde gelen aktörlerinden biridir. AB'nin öncü rolü, kısmen çevreyi insanlığın olumsuz etkilerinden koruma amacından ve kısmen de sınırsız çevre sorunlarının doğasından kaynaklanmaktadır. Doğanın korunması ve biyolojik çeşitlilik, çevrenin önemli bir parçasıdır. Önde gelen bir aktör olarak AB, aday devletlerin politikalarını etkiler. Bu devletler, AB'nin bir parçası olmak istiyorlarsa, AB politikaları ile uyumlu olmalıdırlar. Türkiye de aday ülke olarak AB politikalarına uyumlu olmalıdır. Bu araştırma, Türkiye'nin bu alanda Avrupalılaşmasını görmek için doğa koruma ve biyolojik çeşitlilik üzerine odaklanmaktadır. Dolayısıyla bu araştırma, Avrupalılaşmanın bir gereği olarak AB ve Türkiye doğa koruma ve biyolojik çeşitlilik politikası arasındaki "uyumsuzlukları" ortaya koymakta ve Avrupalılaşma sürecinin sonuçlarını gözlemlemektedir. Sonuç olarak, AB'nin Türkiye'nin doğa koruma ve biyolojik çeşitlilik politikası üzerindeki etkilerinin istenilen düzeyde olmadığı görülmektedir.

Anahtar kelimeler: *Avrupalılaşma, Doğa koruma, Biyolojik çeşitlilik, Uyumsuzluk*

*Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, KIRKLARELİ.
e-posta: nhbahadir@klu.edu.tr (<https://orcid.org/0000-0002-3723-5554>)

1. Introduction

Biodiversity is an important term and before looking at this term in the context of Europeanization, it would be useful to know what biodiversity means. In the Convention on Biological Diversity, the biological diversity is described as *“the variability among living organisms from all sources including, inter alia, terrestrial, marine and other aquatic ecosystems and the ecological complexes of which they are part: this includes diversity within species, between species and of ecosystems”* (UN, 1992: 3). The European Union (EU) gives nearly the same definition for biodiversity, as it is noted that it is the variety of life on Earth, and they are defined as natural capital which provide *“ecosystem services”* such as cleaning the water, purifying the air, regulating the climate, recycling nutrients and providing food (European Commission, (n.d.) a). The definitions are quite broad, and they include all living organisations.

Anub Shah drew attention to the importance of biodiversity by referring to the Convention about Life on Earth. According to him, *“at least 40 per cent of the world’s economy and 80 per cent of the needs of the poor are derived from biological resources. In addition, the richer the diversity of life, the greater the opportunity for medical discoveries, economic development, and adaptive responses to such new challenges as climate change.”* (Shah, 2014). So, biodiversity has vital importance for humanity and its continuation. It has effects in long term on human life, but it is not given due importance. However, nature protection and biodiversity are the areas that have an important place in EU policies. There are regulations, directives and strategy on these areas.

Nature protection and biodiversity are important in terms of Turkey’s accession to the EU, as well. Environment constitutes the crucial part of the EU legislation and the EU is regarded as an effective international environmental actor even it is criticized and questioned in the last decade. Biodiversity is one of the areas that constitute the environment, for that reason Turkish biodiversity legislation as a part of its accession process should be in line with the EU’s legislation.

This paper aims to analyse and explain the impact and effectiveness of the EU on Turkish nature protection and biodiversity policy according to Europeanization. In this context to achieve this aim, the Europeanization of Turkish nature protection and biodiversity policy is analysed according to the progress reports. Analysing the progress reports is useful for finding out misfits and outcomes of the process in domestic legislation within a certain period of time. It is also useful in seeing areas that can be considered as success or failure. In this analysing process, some questions are addressed: Has the EU affected Turkish nature protection and biodiversity policy? If so, how has the EU affected Turkish nature protection and biodiversity policy?, Is there any kind of changes?, What has changed?.

The answers to the questions give information about what Börzel (2003: 1) calls *“mechanisms of domestic change”* and *“outcome of domestic change”*. The argumentation of this paper is that the EU has slight effects on Turkish nature protection and biodiversity policy. Because before announcing the candidacy status of Turkey in 1999, Turkey had some steps in nature protection and biodiversity. After 1999, even if there have been improvements or Europeanization in this policy area, it is not enough or effective.

In the first part, theoretical and conceptual frameworks are explained and then, in line with the purposes of this research, the concepts used to explain the process are clearly defined. In the second part, some of the related EU regulations, directives, and international conventions are stated to see the general state in this area. Then misfits between EU’s and Turkey’s nature protection and biodiversity policy are specified according to progress reports and the outcomes of Europeanization process are noted according to the degrees of change. The last part is conclusion.

2. Theoretical and Conceptual Framework

Europeanization is one of the most popular research areas in the EU integration process. There are many different definitions of Europeanization but there is no specific one. T. Börzel, C.M. Radaelli, Heritier, and Ladrech are some of the scholars who define the Europeanization.

T. Börzel (2002: 6) defines Europeanization “as a process by which domestic policy areas become increasingly subject to European policy-making”. This definition can be seen as a departing point for this research. However, it is important to see other definitions to be aware of the general content. One of the most referred definition is C. M Radaelli’s definition and according to him, this process is a “construction, diffusion and institutionalisation of formal and informal rules, procedures, policy paradigms, styles, ways of doing things and shared beliefs and norms which are first defined and consolidated in the EU policy process and then incorporated in the logic of domestic (national and subnational) discourse, political structures and public policies” (Radaelli, 2000: 4). Heritier (2001: 3) defines Europeanization as a “process of influence deriving from European decision and impacting member states’ policies and political and administrative structures.”. Ladrech’s Europeanization is “an incremental process reorienting the direction and the shape of politics to the degree that EC political and economic dynamics become a part of the organisational logic of the national politics and policy makings” (Ladrech, 1994: 69).

As it can be seen in all the definitions there is an influence, development or change. Even if it is defined in many different ways this is a process and so there may be a change. The change may not be evaluated in the same way, but the outcome of the process will be the same even though it has different names. In this paper, Europeanization of Turkish nature protection policy is evaluated generally according to T. Börzel and Panke’s definition. It aims to explain if domestic policy areas become increasingly subject to European policymaking and if so, to what extent.

Börzel and Panke use ‘top-down’ and ‘bottom-up’ perspectives in analysing Europeanization. Top-down Europeanization is generally described in the context of domestic change in its member states and in third countries (e.g., in candidate countries) which is triggered by the EU (Börzel and Panke, 2010: 409). ‘Downloading’ and ‘taking’ are terms which are generally used to express “the response of member and third states to the European Union” (Börzel and Panke, 2010: 410). In top-down Europeanization the EU starts the action and has effects on the member states or third states. In this process it is important to see how the EU affects other countries, it is also important to see if there is any change and if it occurs, to what extent this change occurs.

In order to talk about any change in domestic level there should be ‘misfit’. As Börzel and Risse (2000: 1) state “Europeanization must be ‘inconvenient,’ i.e., there must be some degree of ‘misfit’ or incompatibility between European- level processes, policies and institutions, on the one hand, and domestic-level processes, policies and institutions, on the other.” So, to analyse the Europeanization process of Turkish nature protection and biodiversity policy, we should focus on the misfits and observe the change which occurs in time.

In bottom-up perspective states take the leading role. In this process, it is analysed how states affect the EU and upload their domestic preferences, policies to the EU level (Börzel and Panke, 2010: 412). “Uploading” and “shaping” are the terms used in bottom-up Europeanization literature (Börzel and Panke, 2010: 412). Misfit is also a necessity in bottom-up Europeanization. So, it is important to state that misfit or inconvenience is needed to talk about any kind of change at the EU level or at the domestic level. Here, it should be noted that within the relations of the EU and its member states, bottom-up perspective which is related with the member states’ effects on the EU is about the European integration while top-down perspective is about Europeanisation of the member states (Börzel, 2003:2).

In the Europeanization process, mediating factors are important elements that can cause or stop domestic changes. Börzel and Risse (2000: 12) draw attention to this point by noting “mediating factors enabling or prohibiting domestic change and accounting for the empirically observable differential impact of Europe” are requirements. Mediating factors may be numbers of veto points, formal institutions, norm entrepreneurs and cooperative informal institution (Börzel, 2003: 18). The outcomes of Europeanization can be different in degrees and Börzel referring to Heritier et al. (2001), Radaelli (2000), Cowles, Caporaso and Risse (2001) evaluates outcomes within five groups: retrenchment, inertia, absorption, accommodation and transformation. Retrenchment includes active resistance of domestic actors and sometimes increasing in misfits and this is called negative change, as well; inertia includes resistance to change which often causes no change, absorption includes low degree of change without substantial modifications of existing structures and political behaviour,

accommodation includes medium degree of change without changing the underlying understanding and transformation includes high degree of change (Börzel, 2003: 15-16).

In this research, the influence of the EU on Turkish nature protection and biodiversity policy after 1999 is analysed mostly according to Börzel and Panke's definition of Europeanization. Especially "*the top-down approach*" is used to describe the condition of Turkey as a candidate state because candidate states usually download the EU's policy and adapt it to their national policies but here, there can be differences at the degree of change. The outcomes may vary from no change to high level of change. Also, it is focused on misfits between the EU and Turkish nature protection and biodiversity policy as a need of Europeanization. To determine the misfits, the progress reports which have been published since 1999, are analysed and policies, directives, rules, standards that Turkey has to be in line are presented. Finally, the outcomes are evaluated as stated above.

3. General State in Nature Protection and Biodiversity

EU is an important actor, and its environment policy supports its leading passion. Since the 1970s, environment related issues have been gaining importance in the world. Environment legislation has developed since then. The EU has developed its environment policy since the 1970s and biodiversity relate legislation is part of it. The importance of environment and biodiversity can be realised from the World Economic Forum's Global Risks Report 2021. According to this report, environment related risks and threats covered the top 5 of the top global risks by likelihood and biodiversity loss was the 4th risks in 2020 and in 2021 it became the 5th as infectious diseases entered to the list (World Economic Forum, 2021: 14). This shows how crucial environmental issues and biodiversity are.

There are many regulations directives and conventions related with nature protection and biodiversity at the EU and international level. This shows that nature protection and biodiversity policy have importance in global level. Some of the regulations related with nature protection and biodiversity in the EU are CITES Regulation, Cetaceans Regulation, Ivory Derived from the African Elephant Regulation, the Use of Leg hold Traps Regulation, the Protection of the EU's Forests Against Atmospheric Pollution Regulation and the Protection of the EU's Forests Against Fire Regulation (Çörtoğlu, 2009: 80-85). There are also directives which are part of EU nature protection and biodiversity legislation. These are Habitats Directive, the Birds Directive, the Seal Pups Directive, the Freedom of Access to Information on the Environment Directive, the Public Participation Directive, the Environmental Impact Assessment (EIA) Directive, the Strategic Environmental Assessment (SEA) Directive and the Environmental Liability Directive (Çörtoğlu, 2009: 80-85). This massive legislation shows the importance attributed to this area.

There are also conventions which were signed internationally. Çörtoğlu (2009: 80) also noted internationally signed conventions and some of these conventions are the Convention on Biological Diversity, the Berne Convention, the Bonn Convention, the United Nations Convention to Combat Desertification, the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC or FCCC), the Ramsar Convention, the Whaling Convention, the Washington Convention (CITES) and the European Landscape Convention. Turkey is not a party to the Bonn Convention and the Whaling Convention. Some of the Member States are not party to the Whaling Convention, either. Germany and Austria haven't signed European Landscape Convention, yet. Estonia, as the latest EU member state, ratified it in 2018 (Council of Europe, 2021). Even though, they are not compulsory, most of the member states became part of these conventions. This also shows how crucial environment related issues, in general, and nature protection and biodiversity related issues, in particular, are.

According to Çörtoğlu (2009: 80-85) the Habitat Directive, the Bird Directive and the CITES Regulation are the basic legislation and directives such as the Freedom of Access to Information on the Environment Directive, the Public Participation Directive, the EIA Directive, the SEA-Directive, the Environmental Liability Directive are the horizontal legislation that regulate the EU nature protection and biodiversity policy. In this research, the analysis is made according to these regulations and directives. However, all these conventions and directives are not explained in detail and are not classified whether they are basic or horizontal legislation so as to prevent extending the context of the research.

4. Misfits in Turkish Nature Protection and Biodiversity Policy

Turkey first applied for associate membership to the European Economic Community in 1959. However, in 1987 Turkey decided to become member of the European Community and applied for membership. But the process did not go as expected and Turkey had to wait until 1999 when the candidacy of Turkey was declared. Even though its candidacy was declared and in 2005 the negotiations for membership started, Turkey is still not a member of the EU. The process is going on, but it is not at the desired speed. Tocci (2011: 4-5) evaluated this process as moving at a snail's pace in 2011. It is really difficult to note that there has been satisfactory progress since then. Nevertheless, EU prepares national progress reports to note the progress and mismatch according to chapters of the negotiation process every year since 1998, except 2017. With these reports, the EU tries to see if the candidate states are on the track. In this research, these reports are used to see the problems and progress between the EU and Turkey's nature protection and biodiversity policy.

Nature protection related issues have been mentioned in all of the progress reports since the beginning. However, in the first two reports it was just mentioned as a phrase. In 2000 Regular Report (2000: 61), it was drawn attention to Turkey's richness in terms of biodiversity and mentioned that *"Turkey will need to make significant efforts to align its legislation with the Community nature protection legislation"*. This shows that there are misfits between two legislations, and they are needed to be aligned if membership is on the agenda. In the following years, nature protection and biodiversity took more place within the progress reports. Each year the progresses were noted; defined and explained with *"no progress"*, *"limited progress"*; and *"some progress"* phrases.

As stated above, there must be inconvenience or incompatibility between European level processes and domestic level processes to be able to talk about Europeanization. In this part, progress reports are analysed to find out the misfits of this policy area. The progresses and problems in this policy area can be regarded as the misfits of this policy area because if there were not any misfits, there would not be progresses or problems. So, both the progresses and problems are indicators of the misfits of this policy area. The misfits according to the progress reports are the CITES Convention, the European Landscape Agreement, wildlife conservation and wildlife enhancement, the RAMSAR Convention, protected areas, establishment and management of zoos, the EIA Directive, ratification of Kyoto Protocol, the Environmental Liability Directive, the INSPIRE Directive, the Birds and Habitats acquis, the SEA Directive, the National Biodiversity Strategy Action Plan, the Draft Law on Biodiversity and Nature Conservation, Natura 2000 sites related issues, building large water and energy infrastructure, privatisation of degraded forest habitat, the Nature Protection Law, investments in hydropower and mining, and lastly decisions and development in wetlands, forests and natural sites.

Some of the misfits stated above have changed positively in short time and some of them in long time, some of them haven't changed yet and some of them have changed in a negative way. Within this research all the titles, which are listed above, are not mentioned separately. Just the titles which can be regarded as examples of positive changes, no changes and negative changes are evaluated. So, the titles which have been evaluated are the CITES Convention, the Ratification of Kyoto Protocol, Natura 2000 sites, the National Biodiversity Strategy Action Plan, and the RAMSAR Convention. The CITES Convention is an example of positive change in a short time, the Ratification of the Kyoto Protocol is an example of positive change in a long time, Natura 2000 sites is an example of limited change in a long time, adoption of the National Biodiversity Strategy and Action Plan is an example of no change, the RAMSAR Convention is an example of negative changes.

The CITES Convention is a convention about the international trade of endangered species of wild fauna and flora and it was signed in 1973. The aim of the Convention is *"to ensure that international trade in specimens of wild animals and plants does not threaten their survival"* and it has three appendices which listed covered species (European Commission, (n.d)b). Turkey became the party of the Convention on 22 December 1996 and in 2001 implementation was issued as it is an important Convention for Turkey. The management authority which prepares the allowance and documents for the species included in the CITES are the Directorate General of Nature Conservation and National Parks, the Directorate General of Forestry, the Directorate General of Fisheries and Agriculture, the Directorate General of Plant Production and the Scientific and Technological Research Council of

Turkey (Tarım ve Orman Bakanlığı, n.d.). The CITES Convention was mentioned in the progress reports of 2002, 2003, 2004 and 2011. It was first mentioned that the Convention was adopted in 2001 (2002 Regular Report, 2002: 111). In the following years, there were amendments and in 2011 it was noted that the Convention was not “sufficiently enforced” (Turkey 2011 Progress Report, 2011: 100). But after that date there was no mention about the Convention, so it can be said that there has been no significant misfit in terms of the Convention since then. If there had been misfits, it would have been mentioned again and again. Here, it must be stated that Turkey became the party of the Convention before 1999, so this shows that Turkey was willing to adopt this Convention without any pressure. There were developments after 1999 but the process started before the candidacy status of Turkey. Even though it was stated that the CITES Convention on the international trade in wild animals and plants was not sufficiently enforced in 2001, the regulations of the Convention were generally adopted in short time and it has not mentioned again within the progress reports. Therefore, it can be regarded as this Convention and the issues related with this Convention were changed positively in a short time.

The Kyoto Protocol was adopted in 1997 and it entered into force in 2005. The Protocol aims to “limit and reduce greenhouse gases (GHG) emissions in accordance with agreed individual targets” and it “binds developed countries and places a heavier burden on them” (UNFCCC, n.d.). The ratification of the Kyoto Protocol could be seen as a progress in the process even though it took a long time. This issue had been on the progress reports since 2002 and there it was noted for the first time that it was not ratified (2002 Regular Report, 2002: 112). In the following years it was noted again and again that Turkey did not ratify it and finally, the Protocol was ratified in 2009 by Turkey (Turkey 2009 Progress Report, 2009: 80). Turkey became party of the Protocol, but it was ratified in more than 10 years. There were different reasons for not ratifying the Protocol. First of all, Turkey was not party of UNFCCC, as well. It became party of both the UNFCCC and the Kyoto Protocol after their ratification. So, Turkey did not have any obligations in the first period of Kyoto Protocol (TC Dışişleri Bakanlığı, n.d.). Erdoğan (2009: 12) noted that Turkey refused to ratify the Protocol because of “its expected implementation costs and consequently the fear of degrading her competitiveness unfairly in international trade”. Finally, Turkey couldn’t resist the growing public pressure. Although it took a long time to ratify the Protocol, it was ratified, and this can be seen as an improvement that happened in seven years’ time which can be regarded as a pretty long time when the urgency of the climate change thought.

The list of potential Natura 2000 sites that should be compiled is an example of having limited progress in a long time. Natura 2000 is a network which aims “to ensure long term survival of Europe’s most valuable and threatened species and habitats, listed under both the Birds Directive and the Habitat Directive” (European Commission, (n.d.)c). The Birds Directive is a directive adopted in 1979 and amended in 2009 which aims to protect 500 wild bird species in the EU (European Commission, (n.d.)d). It also has a network called Special Protection Areas (SPAs) and they have been part of Natura 2000 since 1994 (European Commission, (n.d.)d). Another directive, which is part of Natura 2000, is Habitat Directive and it was adopted in 1992 and aims to protect 1000 animal and plant species and 200 habitat types (European Commission (n.d.)e). Member States of the EU contribute to the network, so as a candidate country Turkey should also contribute to the network. For that reason, the Natura 2000 sites has taken place in the progress reports for more than ten years. The Nature 2000 sites was first mentioned in 2008 (Turkey 2008 Progress Report, 2008: 77) but before that in 2005, there was a statement related to the birds and habitats legislation which is quite related to the Natura 2000 sites (Turkey 2005 Progress Report, 2005: 120). However, this statement was also related to the law on nature protection, so it is difficult to separate these issues from one another. In 2019, there was progress in terms the Habitats and Birds Directives as it was noted the lists of habitats and species detected in Turkey were prepared (Turkey 2019 Report, 2019: 94). However, it was also stated that “the institutional framework for managing future Natura 2000 sites needs to be streamlined and adequately resourced” (Turkey 2019 Report, 2019: 94). Although progress has been made, there are still things to do, and this progress came after more than ten years.

The National Biodiversity Strategy and Action Plan was first mentioned in 2008. In progress report, it was noted that Turkey prepared a national biodiversity strategy and action plan but did not adopted it (Turkey 2008 Progress Report, 2008: 77). In terms of this strategy and action plan, “not adopted” was mentioned many times and it was mentioned in 2020 (Turkey 2020 Report, 2020: 101), as well. This means that adoption of the National

Biodiversity Strategy and Action Plan is still being waited. For that reason, it is an example of no change, no progress within this research field in more than ten years' time.

The RAMSAR Convention, which was adopted in Iran, in 1971, is related with *"the conservation and wise use of wetlands and their resources"* (Ramsar, n.d.). Turkey became party of the Ramsar Convention in 1994 and guaranteed to protect its Ramsar sites (WWF, 2008:10). This happened before the candidacy status of Turkey. So, it can be said that this development happened before the EU's effect. Conservation of wetlands took pace in the progress reports in 2002. There, it was noted that a regulation was adopted related to the conservation of the wetlands (2002 Regular Report, 2002: 111). The Ramsar Convention was mentioned directly just in 2005 and it was noted that a national park and three wetlands were established (Turkey 2005 Progress Report, 2005: 120). This shows that there was a progress related with this Convention, it was not just adopted and put aside. There was no other direct mention to the Ramsar Convention, but wetlands were noted many times. There was an important set back in the progress reports of 2010 and 2011. According to these reports, *"An amendment to the by-law on the protection of wetlands has weakened the protection status of wetlands, which are protected under the Convention on Wetlands of International Importance"* (Turkey 2010 Progress Report, 2010: 90). In the following years, the issue related to the wetlands referred five times with the forest and natural sites together. In the reports it was noted that there were *"... a series of law allowing investments in wetlands ..."* (Turkey 2014 Progress Report, 2014: 68), *"regulations allowing developments in wetlands, ..."* (Turkey 2015 Report, 2015: 76; Turkey 2016 Report, 2016: 87), and *"regulations allowing planning and construction in wetlands, ..."* (Turkey 2019 Report, 2019: 94; Turkey 2020 Report, 2020: 101) and it was added that they were not in line with the EU acquis. Even though Turkey took first steps of development related to the wetlands and their protection before the EU's effects there were some changes in time and regulations related to the wetlands fell short of the requirements.

The titles which were listed above are the misfits between the European level and the domestic level. The progress reports show the developments from the beginning of the process and how these misfits have changed. Here, the process is generally assumed to be triggered by Europe so the process can be evaluated from the top-down perspective which Börzel and Panke state. In the accession negotiations process, Turkey doesn't trigger any kind of changes in the EU, so the bottom-up perspective cannot be used in this research. But it should also be stated that here just slight effects of the EU can be observed. Turkey adopted the CITES and the Ramsar Conventions before the EU negotiations started. Moreover, it is difficult to talk about positive changes according to the progress reports. The progress in terms of nature protection is defined with *"some progress"*, *"limited progress"* or *"no progress"* in the reports. Some progress was noted in 2005 (Turkey 2005 Progress Report, 2005: 120), limited progress was noted in 2007, 2008 and 2012 (Turkey 2007 Progress Report, 2007: 69; Turkey 2008 Progress Report, 2008: 77; Turkey 2012 Progress Report, 2012: 82) and no progress was stated in 2009, 2010 and 2011 (Turkey 2009 Progress Report, 2009: 81; Turkey 2010 Progress Report, 2010: 90; Turkey 2011 Progress Report, 2011: 100). After 2012 there was no specific phrase related to progress, in the following years just the regulations which were not align with the acquis or development needed points are noted. Here, it is important to notice that after 2006 there was a slowdown related to developments. 2006 is an important date as that year the Council decided *"to suspend negotiations on eight chapters"* and not to *"close the other chapters"* (European Commission, 2006). Therefore, it can be said that this decision affected the negotiations and the desire to change or alignment with the acquis. In 2009, the Greek Cypriot blocked 6 chapters in negotiations (Directorate for EU Affairs, 2019). After this date no progress was noted in the progress reports related to nature protection and biodiversity in the following few years. The reason, for such limited progress, may be the problems between Greek Cyprus and Turkey. As the negotiations have been slowed down with the suspended and blocked chapters, the Europeanization process has also slowed down. So, Greek Cyprus can be seen as an indirect mediating factor in Europeanization of Turkish nature protection and biodiversity policy. However, it is difficult to claim that it is the only reason, there have been many other developments which caused slowdown in the process.

When it is looked to the latest progress report, it can be seen that *"Turkey has some level of preparation on nature protection"* and there were developments such as *"the lists of habitats and species detected in Turkey"* but many other issues, which needed progress, were noted, as well (Turkey 2020 Report, 2020: 101). Therefore, it should be noted that there are still misfits between Turkey and EU's nature protection and biodiversity

legislation. So, further steps should be taken to be align with the EU acquis in terms of nature protection and biodiversity.

According to the progress reports in general, different degrees of change can be observed. As mentioned before, five different outcomes are used to evaluate the degree of Europeanization literature and they are inertia, retrenchment, absorption, accommodation and transformation (Börzel, 2003: 15-16). If the outcomes of the Europeanization process of Turkish nature protection and biodiversity policy are evaluated from this scope, it can be remarked that there isn't transformation in this policy area. The degree of changes takes place between the inertia and accommodation. The National Biodiversity Strategy and Action Plan can be given as an example of inertia because there is a resistance in this area, the adoption of this legislation has been delayed and it cannot be adopted. The RAMSAR Convention can be given as an example of retrenchment as there are setbacks in changes. There is a positive change in terms of Natura 2000 sites. This may be evaluated as absorption or accommodation but to be able to decide whether it is an absorption with low degree of change or an accommodation with medium degree of change, time is needed. However, it is clear from the progress reports that there are just slight changes in this area. In this context, the EU cannot be evaluated as an effective actor because of its inability to cause successful changes in this policy area.

5. Conclusion

This paper assesses Europeanization of Turkish nature protection and biodiversity policy. Firstly, the theoretical and conceptual information are explained and then the general state is given. Thirdly, misfits are determined according to the progress reports and these misfits are observed in order to find the changes that have occurred since 1998. The changes that occurred are evaluated as positive changes (the CITES Convention and the Kyoto Protocol), negative changes (the RAMSAR Convention) and as no change (the National Biodiversity Strategy and Action Plan). Then the outcomes of the Europeanization are evaluated according to the degree of change. But there isn't any transformation in this policy area and the changes are at low level. Examples of inertia and retrenchment can be seen more than absorption and accommodation.

If the questions which were stated in introduction should be answered, it can be said that the EU affected the nature protection and biodiversity policy just slightly. The Europeanisation is not at a desired level. There are changes and progress as stated above but this change did not occur as transformation. So, it is difficult to talk about effective pressure which can cause changes at domestic level.

The argumentation of this paper is that EU has slight effects on Turkish nature protection and biodiversity policy. Because before 1999, Turkey had some steps like adopting the CITES and the RAMSAR Conventions in nature protection and biodiversity and after 1999, even if there have been improvements or Europeanization in this policy area, it is not enough or effective. The examples that are given in this paper confirmed this argumentation. The process cannot be regarded as a success.

REFERENCES

- 2000 Regular Report. (8 November 2000). https://www.ab.gov.tr/files/AB_Iliskileri/Tur_En_Realitons/Progress/Turkey_Progress_Report_2000.pdf (Access Date: 14.03.2021).
- 2002 Regular Report on Turkey's Progress Towards Accession. (9 October 2002). https://www.ab.gov.tr/files/AB_Iliskileri/Tur_En_Realitons/Progress/Turkey_Progress_Report_2002.pdf (Access Date: 07.03.2021).
- Börzel Tanja and Thomas Risse. (2000) "When Europe Hits Home: Europeanization and Domestic Change", *European Integration online Papers*, 4/15.
- Börzel, T. A. (2002). *States and Regions in the European Union Institutional Adaptation in Germany and Spain*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Börzel, T. A. and D. Panke. (2010). "Europeanization?", *European Union Politics*, (Ed: M. Cini and N. P. S. Borrigan), Third Edition. Oxford University Press.
- Börzel, Tanja. (2003). "How the European Union Interacts with its Member States", *Political Science Series*, 93.
- Çörtoğlu, F. S. (2009). *Avrupalılaşıma Bağlamında Türkiye'de Doğa Koruma ve Biyolojik Çeşitlilik*, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara.

- Council of Europe. (02.03.2021). Chart of signatures and ratification of Treaty 176: European Landscape Convention. <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/176/signatures> (02.03.2021).
- Directorate for EU Affairs. (2019). Current Situation. https://www.ab.gov.tr/current-situation_65_en.html (17.03.2021).
- Erdoğan, E. (2009). Turkish support to Kyoto Protocol: A reality or just an illusion. MPRA Paper. 19089, 1-36.
- European Commission. (2006). 2770th Council Meeting General Affairs and External Relations. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/PRES_06_352 (17.03.2021).
- European Commission. (n.d.)a. Why do we need to protect biodiversity?, https://ec.europa.eu/environment/nature/biodiversity/intro/index_en.htm (25.02.2021).
- European Commission. (n.d.)b. The European Union and Trade in Wild Fauna and Flora. https://ec.europa.eu/environment/cites/index_en.htm (08.03.2021).
- European Commission. (n.d.)c. Natura 2000. https://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/index_en.htm (11.03.2021).
- European Commission. (n.d.)d. The Birds Directive. https://ec.europa.eu/environment/nature/legislation/birdsdirective/index_en.htm (11.03.2021).
- European Commission. (n.d.)e. The Habitats Directive. https://ec.europa.eu/environment/nature/legislation/habitatsdirective/index_en.htm (11.03.2021).
- Héritier, A. (2001). "Differential Europe: The European Union Impact on national Policymaking", *Differential Europe: The European Union Impact on national Policymaking*, (Ed: A. Héritier; D. Lehmkuhl; D. Kerwer; C. Knill; M. Teutsch & A.C. Douillet), Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, Md.
- Ladrech, R. (1994). "Europeanization of Domestic Politics and Institutions: The Case of France", *JCMS*, 32/1, 69-88.
- Radaelli, C. M. (2000). "Whither Europeanization? Concept stretching and substantive change", *European Integration online Papers*, 4/8.
- Ramsar. (n.d.). About the Convention on Wetlands. <https://www.ramsar.org/about-the-convention-on-wetlands-0> (13.03.2021).
- Shah, A. (2014) Why is Biodiversity important? Who cares, <http://www.globalissues.org/article/170/why-is-biodiversity-important-who-cares> (25.01.2021).
- Tarım ve Orman Bakanlığı. (n.d.). Yabani Hayvan ve Bitki Türlerinin Uluslararası Ticaret Konvansiyonu (CITES). [https://www.tarimorman.gov.tr/BSGM/Belgeler/Uluslararası%20Ticaret%20Konvansiyonu%20\(CITES\).pdf](https://www.tarimorman.gov.tr/BSGM/Belgeler/Uluslararası%20Ticaret%20Konvansiyonu%20(CITES).pdf) (07.03.2021).
- TC Dışişleri Bakanlığı. (n.d.) Kyoto Protokolü. <http://www.mfa.gov.tr/kyoto-protokolu.tr.mfa> (10.03.2021).
- Tocci, N. (2011). *Turkey's European Future*. New York University Press: New York.
- Turkey 2005 Progress Report. (09 November 2005). https://www.ab.gov.tr/files/AB_Iliskileri/Tur_En_Realitons/Progress/Turkey_Progress_Report_2005.pdf (13.03.2021).
- Turkey 2008 Progress Report. (05 November 2008). https://www.ab.gov.tr/files/AB_Iliskileri/Tur_En_Realitons/Progress/turkey_progress_report_2008.pdf (13.03.2021).
- Turkey 2009 Progress Report. (14 October 2009). https://www.ab.gov.tr/files/AB_Iliskileri/Tur_En_Realitons/Progress/turkey_progress_report_2009.pdf (07.03.2021).
- Turkey 2010 Progress Report. (9 November 2010). https://www.ab.gov.tr/files/AB_Iliskileri/Tur_En_Realitons/Progress/turkey_progress_report_2010.pdf (15.03.2021).
- Turkey 2011 Progress Report. (12 October 2011). https://www.ab.gov.tr/files/AB_Iliskileri/AdaylikSureci/IlerlemeRaporlari/tr_rapport_2011_en.pdf (07.03.2021).
- Turkey 2012 Progress Report. (12 October 2012). https://www.ab.gov.tr/files/tr_rapport_2012_en.pdf (07.03.2021).

- Turkey 2015 Report. (10 November 2015). https://www.ab.gov.tr/files/5%20Ekim/2015_turkey_report.pdf (13.03.2021).
- Turkey 2016 Report. (9 November 2016). https://www.ab.gov.tr/files/pub/2016_progress_report_en.pdf (13.03.2021).
- Turkey 2019 Report. (25 May 2019). [https://www.ab.gov.tr/siteimages/resimler/20190529-turkey-report\(1\).pdf](https://www.ab.gov.tr/siteimages/resimler/20190529-turkey-report(1).pdf) (13.03.2021).
- Turkey 2020 Report. (06 October 2020). https://www.ab.gov.tr/siteimages/trkiye_raporustrateji_belgesi_2020/turkey_report_2020.pdf (13.03.2021).
- UNFCCC. (n.d.). What is the Kyoto Protocol. https://unfccc.int/kyoto_protocol (08.03.2021).
- United Nations. (1992). Convention on Biological Diversity. <https://www.cbd.int/doc/legal/cbd-en.pdf> (23.02.2021).
- World Economic Forum. (2021). The Global Risks Report 16th Edition. http://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2021.pdf (01.03.2021).
- WWF. (2008). Türkiye'deki Ramsar Alanları Değerlendirme Raporu. https://wwftr.awsassets.panda.org/downloads/wwf_turkiye_ramsar_alanlari_degerlendirme_raporu.pdf?1421 (13.03.2021).

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:07.08.2020 ✓Accepted/Kabul:12.05.2021

DOI:10.30794/pausbed.778010

Araştırma Makalesi/ Research Article

Yalçinkaya, N. (2021). "Sloganların Marka Kimliğine Katkısının İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 247-267.

SLOGANLARIN MARKA KİMLİĞİNE KATKISININ İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİ İLE İNCELENMESİ

Neslihan YALÇINKAYA*

Öz

Günümüzde işletmelerin varlıklarını sürdürmelerini sağlayacak en önemli unsurlardan biri işletme ya da ürün markasının tüketicilerin gözünde kabulünü sağlamaktır. Markanın tüketici kabulü işletmeler açısından oldukça zor ve yorucu bir süreci içermektedir. Marka kabulünün ilk şartı marka bilinirliğini sağlamaktır. Bu amaçla firmalar birçok yöntem kullanmaktadırlar. Bu yöntemler içerisinde belki de en vazgeçilmez olanı reklamlardır.

Reklamların etkisinin artırılması, markanın ya da ürünün hatırlanabilirliğinin sağlanması ve nihayetinde marka değerinin oluşturulması işletmeler açısından hayati önem taşımaktadır. Bu amaçla işletmeler marka kimliği oluşturmaya çalışmaktadırlar. Marka kimliğinin görülen öğeleri isim, logo ve slogandan oluşmaktadır. Sloganlar doğru ve etkili bir şekilde belirlendiğinde marka kimliğinin vazgeçilmez parçası olmaktadır. İyi bir sloganın akılda kalıcı, kısa, anlaşılır ve iddialı olması gerekmektedir.

Bu çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren firmaların öne çıkan sloganlarının temel özellikleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Değerlendirmeye tabi tutulan 139 sloganın %33,61’inde akılda kalıcılığı sağlamak amacıyla tekrar ya da kafiyeye yer verildiği, %78,42’sinin dört ve daha az kelimedenden oluşturulduğu görülmüştür. Ayrıca, sloganların marka kimliğinin oluşturulmasında ve buna bağlı olarak marka değerinin yaratılmasında önemli bir rol oynadığı bilinmektedir. Sloganların en büyük yarımı markanın hatırlanması konusunda olmaktadır. İncelenen sloganların yalnızca %29,51’inde marka ismine direkt yer verildiği tespit edilmiştir. Sloganlar, markanın stratejisine bir katkı olarak değerlendirilmektedir. Araştırmaya konu olan sloganların %63’ünde markanın konumlandırma stratejilerine yönelik olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar kelimeler: *Slogan, Marka kimliği, Marka farkındalığı, İçerik analizi.*

Jel Kodları: M31, M37, M39

A CONTENT ANALYSIS ON THE IMPACT OF SLOGANS TO BRAND IDENTITY

Abstract

One of the most important factors that ensure the survival of businesses is the acceptance of the business or product brand from the consumers’ side. Consumer acceptance of the brand involves a complicated and cumbersome process for businesses. The first condition of brand acceptance is brand awareness. For this purpose, companies use several methods. Perhaps the most indispensable of these methods is an advertisements.

Increasing the impact of advertisements is vital for businesses as it ensures brand or product awareness and ultimately creates brand value. To achieve this, businesses work on creating a brand identity. Visible elements of brand identity consist of a name, a logo, and a slogan. When slogans are determined correctly and effectively, they become an indispensable part of the brand identity. A good slogan should be catchy, short, understandable, and assertive.

*Dr.Öğr.Üyesi, MCBÜ Saruhanlı MYO Öğretim Üyesi, MANİSA.
e-posta:neslihan.yalcinkaya@cbu.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0001-6628-5107>)

This study examined the methods of content analysis of the basic features of prominent companies' slogans operating in Turkey. It has been observed that 33.61% of 139 evaluated slogans include repetition or rhyme in order to ensure retention, and 78.42% of them consist of four or fewer words. In addition, it is known that slogans play an important role in creating brand identity and brand value respectively. The most significant contribution of slogans for business is establishing brand memory. It was found that only 29.51% of the evaluated slogans include the brand name itself. Slogans are assumed to contribute to the brand's strategy. It was observed that 63% of the investigated slogans are associated with the positioning strategies of the brand.

Keywords: *Slogans, Brand identity, Brand awareness, Content analysis.*

Jel Codes: M31, M37, M39

1. GİRİŞ

İşletmeler, reklamlar aracılığıyla tüketicilerinin ürünlerinden ve markalarından haberdar olmasını sağlamaktadırlar. Reklamların ürün satışına getirisini net olarak ölçmek zor olsa da tüketicinin zihninde farkındalık yaratmak açısından etkili olduğu bilinmektedir. Reklamlarda, marka imajıyla birlikte empoze edilmeye çalışılan yaşam değerleri ve ürün arasında ilişki kurulmaya çalışılmaktadır. Böylece reklam, ürün ile kullanıcı arasında özdeşleşme yaratmaktadır (Mengü, 2006:110). Reklam ve ürün deneyimi ile tüketicilerin zihninde kurulan marka isimleri, birçok firma için önemli bir varlık değeri oluşturmaktadır (Boush, 1993:67). Reklamların akılda kalıcılığı ilk olarak marka tanınırlığına katkı sağlamaktadır. Akılda kalıcılığı arttırabilmek için işletmeler yazılı, işitsel veya görsel basında yer alan reklamlarında markalarıyla özdeşleşen sloganlar kullanmaktadırlar.

Literatürde sloganların önemine ilişkin çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalarda genellikle belli bir marka veya sektör temel alınmıştır. Türkiye'deki marka kimliğinin sloganlara ne şekilde yansıtıldığına dair bir çalışma bulunmamaktadır. Dünya markaları üzerine yapılan araştırmalar da oldukça sınırlıdır. Araştırmanın, sloganların marka kimliğini oluşturmada üstlendikleri rolü temel alarak alana katkı yapması hedeflenmektedir. Bugüne kadar yapılan araştırmalar, sloganların marka kimliğinin oluşmasında önemli derecede etkili olduğunu ortaya koymuştur. Sloganlar akılda kalıcılığı sağlaması, markanın tüketici zihninde pekiştirilmesine olanak tanınması gibi önemli avantajlar sunmaktadır. Sloganların marka kimliğine olumlu bir katkı sunacak şekilde tasarlanması işletmeler açısından önemli bir rekabet unsurudur. Bu nedenle, işletmelerin marka kimliklerini sloganlarına yansıtma şekillerinin incelenmesi hem mevcut markalar hem de gelecekte inşa edilmesi planlanan markalar açısından yol gösterici olabilecektir.

Bu çalışmada Türkiye'de hali hazırda ticari faaliyetine devam eden firmalara ait çeşitli markaların sloganları oluşturulan beş farklı kodlama cetveline göre incelenmiştir. Bu kodlama cetvellerinde çeşitli sektörlerden belirlenen sloganların, akılda kalıcılığı arttırabilmek için hangi duylara hitap ettiği, hangi kelime oyunlarına başvurduğu, kendilerini en net şekilde anlatabilmek için konumlandırma stratejilerine yer verip vermedikleri araştırılmıştır. Belirlenen sloganlar, içerik analizi yöntemini kullanarak sayısal sonuçlara ulaşabilmek amacıyla MAXQDA 2020 programıyla analiz edilmiştir.

2. MARKA KİMLİĞİ VE MARKA İMAJI

Marka, bir mal ya da hizmeti müşterilerin gözünde rakiplerinden ayıran, müşterilerle duygusal bir bağ kurulmasını sağlayan en önemli pazarlama unsurudur. Bir marka, marka kimliği ve marka imajı ile müşterilere güzel günler yaşama vaadi sunarken onlarla duygusal bağ kurmaktadır (Gökallı, Arslan; 241). Bir markanın kimliği, bir şirketin oluşturmak ve sürdürmek istediği benzersiz ilişkilendirmeler kümesiyle bütünleşen markanın özelliklerinden ve niteliklerinden oluşmaktadır. Tüketiciler markalarla etkileşime girdiklerinde sloganlar, logolar, renkler, şekiller, yazı karakterleri, karakterler, stiller ve diğer marka imajı öğeleri gibi görsel uyarılara maruz kalmaktadırlar (Phillips, ve ark. (a), 2014:225).

Marka kimliği bir işletmenin kendisini nasıl tanımlamaya çalıştığı ile ilgilidir. İşletmeler genellikle stratejilerini marka kimliğini ve değerini tüketicilere ve diğer paydaşlara iletmenin bir aracı olarak kullanmaktadırlar (Nandan, 2005:265). Bu nedenle marka kimliği markanın benzersizliği ve temel fikri olarak düşünülmektedir.

De Chernatony (1999)'da Şekil 1'deki marka kimliğinin bileşenleri ve bunlar arasındaki ilişkileri gösterdiği modelini yayınlamıştır. Model, sürece hem iç hem de dış bileşenleri dahil ederek, marka oluşturmaya dengeli bir yaklaşım sağlaması açısından önemlidir.

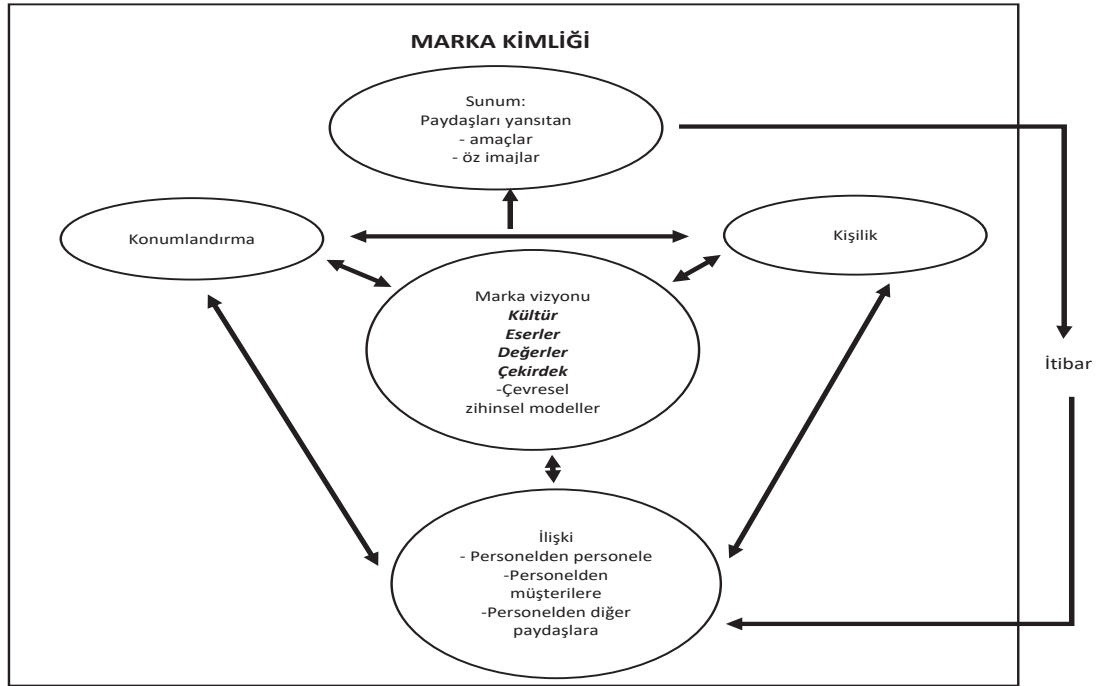
Modele göre, marka kimliğinin merkezinde marka vizyonu ve kültürü yer almaktadır. Vizyon, markanın temel amacını- var olma nedenini - ve bir yol gösterici ilkeler sistemi sağlayan temel değerlerini kapsamaktadır. Organizasyonun kültürü ise, çalışanların değerlerini ve varsayımlarını kapsamakta ve bu da özellikle yeni bir gelişmeyle karşılaştıklarında davranışlarına rehberlik etmektedir.

Konumlandırma ve kişilik bir marka kimliğinin temel belirleyicileridir. Bir markanın konumu, temel değerlerinden türetilmekte olup markanın ne olduğunu, kimin için olduğunu ve ne sunduğunu belirlemektedir. Markanın duygusal özelliklerini temsil eden kişilik özellikleri, çalışanların kendileriyle, tüketicilerle ve diğer paydaşlarla olan ilişkileri sayesinde geliştirilmektedir. Markanın kişiliğinin hem çalışanları hem de diğer kanalları tarafından tutarlı bir şekilde aktarılması bu açıdan önem kazanmaktadır.

Bir markanın kişiliğini besledikten sonra, marka ile tüketicileri arasında, markanın kişiliğinin doğasında bulunan değerlerle karakterize edilen bir ilişki gelişmektedir. Çalışanlar, etkileşimleri aracılığıyla bir markanın tüketicileriyle olan ilişkisini önemli ölçüde etkilemektedir. Söz konusu etkileşimlerin tutarlılığı bu nedenle çok önemlidir, çünkü ilişkiler sürekli olarak gelişmekte ya da kimi değişikliklerle istikrarsızlaştırılabilmektedir.

Marka kimliğinin son bileşeni, tüketicilerin isteklerini ve öz imajlarını içermektedir. Markaların sembolik anlamları da tüketicilerin kendi yönlerini anlamalarına ve başkalarına ifade etmelerine yardımcı olmaktadır. Reklamlar, sloganlar ve diğer görsel ve işitsel unsurlar bir markanın sembolik anlamına katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle bir markanın arzulanan sembolik anlamları ile reklam, slogan ve çalışanların davranışları yoluyla aktarılanlar arasındaki potansiyel uyumsuzluğa dikkat edilmesi gerekmektedir.

Marka öğelerinin başarılı yönetimi, olumlu bir marka itibarı ile sonuçlanmalıdır. Mevcut, değişen algıları yansıtan bir markanın imajının aksine, bir markanın itibarı daha sabittir ve zaman içinde birden fazla görüntünün damıtılmasını temsil etmektedir (McDonald, Chernatony, 2001:443-444).



Şekil 1. Marka Kimliğinin Bileşenleri

Kaynak: De Chernatony, 1999: 166

Nandan (2004) yayınladığı çalışmada marka kimliği ile marka imajı arasındaki farklılıklara değinmiştir. İletişim açısından, ikisi arasındaki temel fark, kimliğin kaynaktan veya şirketten çıkmasına karşın, görüntünün alıcı veya tüketici tarafından alınmasıdır. Marka mesajı, marka kimliği açısından “paketlenmekte” ve tüketici tarafından marka imajı biçiminde “ambalajından çıkarılmaktadır” Kimlik, firmanın gerçekliğini temsil ederken, imaj tüketicinin algısını temsil etmektedir. Başka bir ifadeyle marka imajı, marka kimliğinin hem sonucu hem de yorumudur (Kapferer, 2008:174).

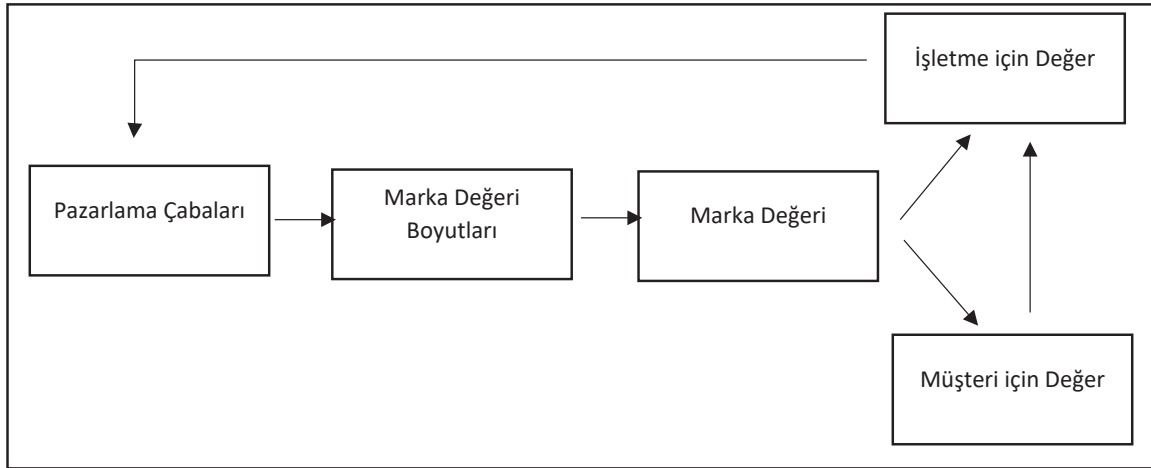
Bu görüşü destekler şekilde, Da Silveira ve ark (2008) markalaşma literatürüne, marka kimliğini organizasyondan tek taraflı olarak ortaya çıkan - yöneticilerin markanın olmasını istediği - ve zaman içinde istikrar gerektiren bir iç yapı olarak tanımlama eğiliminde olduğu noktasında eleştiri getirmektedirler. İstikrarlı bir marka kimliğinin firmaların pazar değişikliklerinde gezinmesine ve bu değişikliklere uyum sağlamasına yardımcı olabileceği görüşü literatüre hakimdir. Bununla birlikte, ortam giderek daha dinamik hale gelmekte ve birçok pazar beklenmedik mutasyonlar ve tahmin edilmesi zor dönüşümler yaşamaktadır. Dahası, pazarlama alanı, pazar aktörleri arasındaki değişim süreçlerinin ve ilişkilerinin giderek daha merkezi hale geldiği yeni bir hâkim mantığa doğru evrilmektedir. Söz konusu çalışma, “kalıcı marka kimliğinin” dinamik bir anlamı olması gerektiği görüşünü taşımaktadır. Böyle bir bakış açısı, uzun süreli referanslar oluşturma ve tüketicilerin kimlikleri için sabit çapalar sağlama statik fikrini korurken, markanın pazara ve çevresel değişikliklere doğru esnekliğini gerektirmektedir. Arvidsson (2006)’a göre son dönemde dünyanın en başarılı marka üreticilerinin baskın düşüncesinin “Reklamımı kaç müşteri görüyor?”, “Ne sıklıkla görüyorlar?” sorularına cevap aramaktansa müşterilerinin markalarını hayatına ne kadar kabul ettiği. Bu yaklaşım, aslında marka kimliğinin artık tüketici isteklerini ön plana koyarak zaman içerisinde değişme eğiliminde olması gerektiğini vurgulamaktadır.

Görsel marka kimliğini, bir markanın bütünsel görünümü ve hissi olarak tanımlamak mümkündür. Marka, stratejisi ve tüm görsel unsurları arasında zaman içinde devam eden tutarlılığa ihtiyaç duymaktadır (Phillips, ve ark. (b), 2014:318). Baker ve Balmer (1997)’a göre, markanın görsel öğeleri, şirketin adını, logosunu veya sembolünü, renk şemasını içermektedir. Şirket isimleri, şirketi paydaşların zihninde konumlandırmaya yardımcı olabilmeleri açısından önemlidir. Logolar ve semboller, kimlik rozetleri olarak kullanılmaları bakımından önemlidir ve aynı zamanda bir kalite işareti olarak hareket etmektedirler. Renk de önemlidir çünkü insanlarda farklı tepkiler ortaya çıkarabilmektedir. Sloganlar, marka logosu ve sembolündeki belirsizlikleri ortadan kaldırma işlevini (Aaker, 1991: 204) gördükleri için markanın görsel öğelerinin de bir parçası olarak kabul edilmektedir.

3. MARKA DEĞERİ

Marka kimliğinin tüketici tarafından ne kadar kabul gördüğünün bir ölçüsü de marka değeri ile ifade edilebilmektedir. Literatürde “marka değeri” kavramı için birçok tanım bulunmaktadır. Aaker’e (1991) göre, bir ürün veya hizmetin firmaya ve/veya o firmanın müşterilerine sağladığı değere eklenen veya çıkarılan bir markanın adına ve sembolüne bağlı varlıklar ve yükümlülükler kümesidir. Yoo ve ark. (2000) marka değerini, aynı düzeyde ürün özellikleri göz önüne alındığında, odak markalı ürün ile markasız ürün arasındaki tüketici seçimindeki fark olarak tanımlamaktadır. Wood (2000) ise müşteriler ve markalar arasındaki ilişkiyi tanımlama girişimi olarak ifade ederken, Kotler, Keller (2006), markayı oluşturmak için şirketin ürünlerine yapılan pazarlama yatırımları ile müşterilerin marka bilgisi arasında bir köprü olarak ifade etmişlerdir. Baldauf ve ark. (2003)’a göre marka değeri, güçlü bir marka için firmanın talep ettiği yüksek fiyatın, aynı ürün kategorisindeki diğer ortalama markalara kıyasla tercih edilebilir olmasıdır. Yasin ve ark. (2007), sloganları, tüketiciler tarafından kabul edilen markayla, aynı düzeyde ürün faydaları sunan bir ürün kategorisindeki diğer markalar arasındaki tercihleri, satın alma niyetleri ve tercihleri açısından odak markaya yönelik kayırmacılığı olarak tanımlamıştır.

Yukarıdaki tanımlarda marka değeri finansal temelli ve müşteri temelli yaklaşımlar olmak üzere iki farklı açıdan tartışılmıştır. Marka değeri, fonksiyonel satın alma kararlarının hâkim olduğu durumlarda bile, yeni ürün benimseme için algılanan riskin azaltılmasında önemli bir rol oynamakta, müşteriler için değer artmasına doğrudan katkıda bulunmaktadır. Marka değeri, bilgi sağlama ve bir güven ve memnuniyet kaynağı olarak hizmet etme (Farjam, Hongyi, 2015:25) gibi önemli fonksiyonları yürütmektedir.



Şekil 2. Marka Değerinin Kavramsal Çerçevesi

Kaynak: Yoo ve ark., 2000:196

Şekil 2'deki Marka Değerinin Kavramsal Çerçevesi Modeli, marka değerinin hem müşteri hem de firma için değer yarattığını, müşteri için değer firmaya için değeri artırdığını ve marka değerinin birden çok boyuttan oluştuğunu önermektedir. Buna ek olarak, marka değeri boyutları ile müşteri ve firma değeri arasında ayrı bir yapı olarak marka değeri bulunmaktadır. İkinci olarak, marka değerinin boyutları üzerinde önemli etkileri olduğunu varsayarak, marka değerinin öncülleri, yani pazarlama faaliyetleri bulunmaktadır. Örneğin, herhangi bir pazarlama eyleminin marka değerini etkileme potansiyeli vardır çünkü bu, birikmiş pazarlama yatırımlarının markaya etkisini temsil etmektedir. Algılanan kalite, marka sadakati ve güçlü marka birliktelikleri ile marka bilinirliği marka değerinin ortak boyutları olarak kabul edilmektedir. Özetle, yüksek marka değeri, müşterilerin markayla ilgili birçok olumlu ve güçlü ilişkiye sahip olduğu, markanın kaliteli olduğunu algıladığı ve markaya sadık olduğu anlamına geldiğini söylemek mümkündür (Yoo ve ark., 2000:196).

Pazarlama eylemleri hakkında bir karar verirken, yöneticilerin marka değeri üzerindeki potansiyel etkilerini dikkate almaları gerekmektedir. Marka adı yatırımları, markanın itibarını ve imajını, marka sadakatini ve algılanan kaliteyi artırmaya yönelik olmalıdır (Yoo ve ark., 2000:196).

4. SLOGAN – MARKA İLİŞKİSİ

Slogan, bir firma ya da bir organizasyon için bir görüntü, kimlik veya konum oluşturmaya yardımcı olmak için kullanılan kısa bir ifadedir ve bir firmanın reklamında olduğu kadar satış temsilcileri, etkinlik promosyonları ve lansmanlar yoluyla tekrarlanarak oluşturulmaktadır (Ke,Wang, 2013:276). Sloganlar bir markanın kimliğinin önemli unsuru olarak kabul edilmektedir. Günümüzde neredeyse tüm markalar slogan kullanmaktadır. İyi ve akılda kalıcı bir slogan, markanın imajını geliştirmekte, tanınmasına ve hatırlanmasına yardımcı olmakta ve tüketicilerinin zihinlerinde marka farklılaştırmasının oluşturmaya yardımcı olmaktadır (Kohli,Leuthesser,v.d. 2007:415). Sloganın amacı, bir marka adı ile bu markayı tanımlayan ve konumlandıran bir bilgi parçası olarak tüketiciler tarafından bellekte depolamayı kolaylaştırmaktır. Böylece, bireyde farkındalık yaratmak ve öğrenme hiyerarşisinde gerekli ilk adımı atmak mümkün olmaktadır. Bu nedenle, birçok tüketim malları üreticisi ve bu malları satan perakendeciler için farkındalık önemli bir reklamcılık hedefidir (Recee, 1984:320).

Satış gücünü artırmanın temel yollarından biri, bir ürünün benzersiz görünmesini sağlamaktır (Ke, Wang, 2013:276). Sloganlar, reklam kampanyaları boyunca süreklilik sağlamak ve güçlü bir marka kimliğinin oluşturulmasını ve sürdürülmesini kolaylaştırmaktadırlar (Dahle'n,Rosengren, 2005;151). Ancak unutulmamalıdır ki sloganlar yalnızca bir reklam kampanyasında kullanılmamakta, her faaliyette tekrarlanmakta ve marka adları ile logolar gibi tüketicilerin zihninde markayı kendi başına tanımlamaya hizmet etmektedirler (Petty, Leong, v.d. 2010;476).

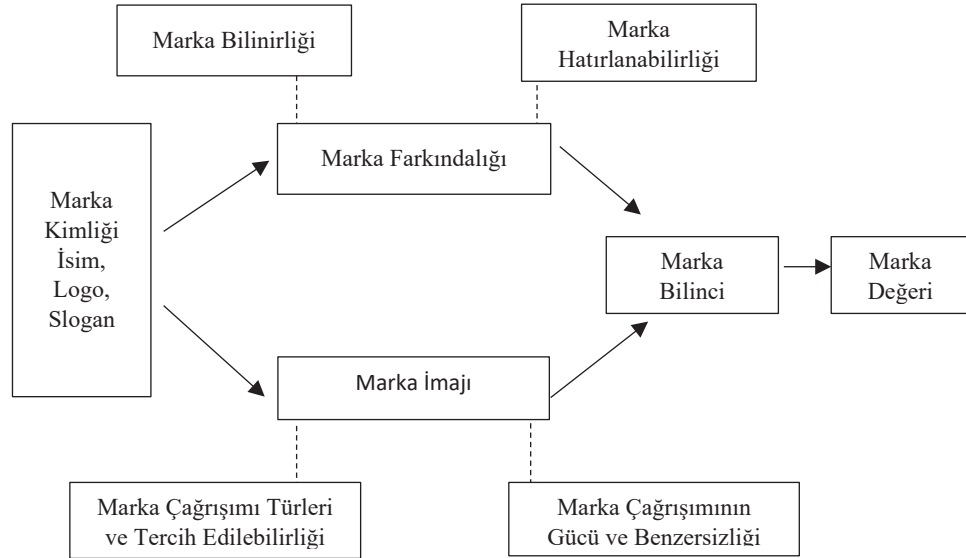
Başarılı bir slogan (Ateşoğlu,2003:262);

- Arzu edilen farkındalığın sağlanabilmesi için markanın konumunu güçlendirmektedir.
- Marka isminin tekrarı sayesinde marka bilinirliğini arttırmaktadır.
- Marka ismi ve sembolünü güçlendirerek markanın görsel öğelerine katkı vermektedir.
- Marka için çağrışım yapılmasına imkan tanımaktadır.
- Marka imajının inşasında yaşamsal rol oynamaktadır.
- Markanın güvenilirliğini desteklemektedir.

5. SLOGANLARIN MARKA KİMLİĞİNE VE MARKA DEĞERİNE KATKISI

Kohli ve ark. (2007) yayınladıkları kavramsal çalışmada iyi bir sloganın önemi ve nasıl olması gerektiğini araştırmışlardır. Marka adı ve logoyu tamamlayan sloganın, marka kimliğinin önemli bir bileşeni olduğu ve iyi bir sloganın marka algılarını anında değiştirme potansiyeline sahip olduğunu öne sürmektedirler. Etkili bir sloganın marka bilinirliğini ve marka imajını arttırdığı ve böylece uzun vadede marka değerine katkıda bulunduğu değerlendirilmiştir. Aynı çalışmada Şekil 3'teki Slogan ve Marka Değeri Bağlantısı Modeli geliştirilmiştir. Bir markanın bilinirliği (brand recognition) ve hatırlanabilirliği (brand recall) marka bilincinin ve nihayetinde marka değerinin oluşturulmasındaki iki temel unsurdur. İsim, logo ve sloganlar ise marka kimliğini görsel öğeleri olarak ön plana çıkarmaktadır.

Marka kimliği tüketiciler açısından markanın nasıl görüldüğünü ifade ederken, marka değeri, markanın diğer rakipleri arasında ne kadar fark yaratabildiğini göstermektedir. Marka farkındalığının yaratılabilmesi markanın kimliğinin oluşturulması ile mümkündür. Bu kimlik isim, logo ve sloganla somutlaşmaktadır. Bunlar markanın görsel kimliğini destekleyerek marka kimliğine katkıda bulunmaktadır. Ancak, bir slogan, bir logodan daha güçlüdür. Çünkü insanların, logoyu çizme olasılığı düşükken reklam sloganını hatırlama ve okuma olasılıkları daha yüksektir (Ke,Wang, 2013:276). Bu açıdan bakıldığında, sloganların rolü, marka kimliğinin diğer unsurlarında olduğu gibi, marka farkındalığı ve marka imajını güçlendirerek marka değerinin oluşmasına katkı sağlamaktadır.



Şekil 3. Slogan ve Marka Değeri Bağlantısı

Kaynak: Kohli, Leuthesser, v.d. 2007:416

Pryor, Brodie'nin (1998) sloganların marka imajının zaman içinde tutarlılığı ve uyumunun önemli olduğunu ortaya koydukları çalışmada sloganları, özellikle "çağrıştıma" kavramı ile ilişkilendirmektedir. Çağrıştıma (priming) "**Bir uyarıcıya daha önce maruz kalmanın, daha sonra tekrar sunulan o uyarıcının ya da benzeri bir başka uyarıcının tanımını ya da işlenmesini kolaylaştırması**" (psikolojizozlugu.com) olarak tanımlanmaktadır. Bu durum

“son zamanlarda ve sık sık etkinleştirilen fikirler, son zamanlarda veya sık sık etkinleştirilmeyen fikirlerden daha kolay akla geldiğinde” söz konusu olmaktadır. Marka değerlendirmeleri bağlamında, çağrıştırmanın tüketicilerin ürünleri kategorize etme sürecini etkilediği gösterilmiştir. Yapılan çalışmalar çağrıştırmanın bazı markaları bellekte daha erişilebilir hale getirerek tüketicilerin tipiklik kararlarını değiştirebileceğini ortaya koymuştur.

Abdi ve Irandoust (2013) sloganların marka kimliği üzerindeki etkisinin incelerken reklam sloganlarının ürün imajı hakkında bilgi vermesi gerektiğini ve markanın ürününün yarattığı faydayla ilişki kurmasına olanak tanıdığını ifade etmiştir. Marka kimliği bileşenlerinden biri olan reklam sloganlarının, markaların müşterinin zihnini etkilemesinde kilit rol oynadığı göz önünde bulundurulduğunda marka değerine olan katkısı da anlaşılmaktadır.

6. İYİ BİR SLOGANIN SAHİP OLMASI GEREKEN ÖZELLİKLER

Reklam sloganlarını kullanıma hazırlamada tüketicilerin marka uzantılarına yönelik tutum ve algıları üzerindeki etkisini araştıran Boush (1993) yaptığı deneysel bir araştırmada reklam sloganlarının, yeni ürünün mevcut ürünlerle ortak veya çelişen özelliklerine dikkat çekerek bir marka genişletme stratejisini desteklemede veya zayıflatmada önemli bir rol oynayabileceğini ortaya koymuştur. Dahlén ve Rosengren (2005), markaların yıkıcı bir rekabete dahil olduğu gerçeği kabulüyle doğru veya yanlış marka-slogan ilişkilendirmesinin tüketicilerin hem slogan hem de marka değerlendirmeleri üzerinde etkileri olduğunu ortaya koymuştur. Bu durum, sloganların marka değerinin taşıyıcıları olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Sloganların dilsel ve tematik özelliklerini anket yöntemi kullanarak değerlendiren Reece ve ark.(1994) kelime oyununun miktarı ve türünün doğru belirlenmesi sayesinde sloganların hatırlanma oranlarında önemli farklılıklar yarattığını ortaya koymuştur. Kızgın ve Benli (2018) güçlü marka yönetiminde kafiyeli, anlaşılır ve basit, olan sloganların diğer sloganlara oranla daha çok hatırlandığını ifade etmektedirler. Buna karşılık Kohli ve ark. (2013) jingle veya tekerleme kullanımının sloganı hatırlama üzerinde etkili olmadığını iddia ederken sloganların hatırlanabilmesi için kısa ve anlaşılır olmasına özen gösterilmesi gerektiğini vurgulamaktadırlar. Özdengül ve ark. (2013), ise kutsal olarak değerlendirilen kavramların sloganlarda kullanılması veya bu kavramlara atıf yapan markaların slogan seçiminde toplumun genel kabullerine aykırı olmaması gerekliliği ortaya koymuştur.

Dowling ve Kabanoff (1994)'un 240 reklam sloganı üzerinde içerik analizi yöntemini kullanarak yaptığı araştırmada sloganların şirket hakkında “rasyonel” bilgiler sunsa bile duygusal bir izlenim bırakmaya çalışarak tüketici üzerinde etki yarattığını ortaya koymuştur. Sloganın şirketin güçlü bir pazarlama varlığı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Kohli ve ark. (2013) tarafından yayınlanan bir başka çalışmada 220 katılımcıdan sloganları hatırlamaları istenmiş ve 150 sloganın hatırlanmasını etkileyen faktörler araştırılmıştır. Sonuçlar, hatırlamayı iyileştirmek için sloganların uzun süre kullanılması ve kapsamlı pazarlama bütçeleriyle desteklenmesi gerektiğini göstermektedir.

7. METODOLOJİ VE YÖNTEM

Sloganlar iki hedefe ulaşmayı amaçlamaktadır:

1. Marka bilinirliğini artırarak marka kimliğine katkı sağlamak,
2. Marka imajını veya algısını oluşturmak, korumak veya değiştirmek.

Bunları başarmak için, işletmeler, reklam sloganları geliştirmeye ve verimli bir şekilde kullanmaya çalışmaktadırlar (Abdi, Irandoust, 2013:65). Sloganların markalar tarafından nasıl kullanıldığını belirlemeye yönelik olarak tasarlanan bu çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Yönteme uygun olarak kodlama cetvelleri hazırlanmıştır. Sloganlar bu cetvellere göre değerlendirilmiş ve MAXQDA 2020 programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

7. 1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Marka kimliğinin önemli bir parçası olan ve markayla direk olarak ilişkilendirilen sloganların oluşturulurken nelere dikkat ettiğinin belirlenmesi ve söz konusu sloganların marka kimliğine katkı sağlayacak şekilde oluşturulup oluşturulmadığının tespit edilmesi araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda söz konusu çalışma iki temel soruya cevap aramaktadır:

1. İşletmeler sloganlarını belirlerken nelere dikkat etmektedirler?
2. Sloganlar işletmelerin marka kimliğini inşa etmesine olanak sağlayacak şekilde oluşturulmuş mudur?

Bu iki teme soruya ek olarak;

- Sloganlarda hangi temalara ağırlık verildiği,
- Hatırlamayı kolaylaştırmak amacıyla neler yapıldığı,
- Sloganların konumlandırma çabalarına katkı verip vermediği ve
- Sloganların basit ve kısa olarak oluşturulup oluşturulmadığı araştırılmıştır.

Bu araştırmada 12 farklı sektörde faaliyet gösteren 139 adet slogan incelenmiştir. Araştırmadaki sloganlar 01.02.2020 – 30.03.2020 tarihlerinde halihazırda kullanılan veya işletme ile yakından ilişkilendirilen sloganlardan seçilmiştir. Seçim sürecinde Brand Finance’ın açıkladığı Türkiye’nin en iyi markaları ile yine aynı kurumun dünyanın en değerli markaları 2019 listeleri temel alınmıştır. İncelenecek sloganlar belirlenirken ulusal veya uluslararası çapta faaliyet gösteren ancak mutlaka Türkiye’de de satış yapan işletmelerin markalarının en çok öne çıkan sloganları tercih edilmiştir.

Araştırmada birden fazla ürünü bulunan kuruluşların marka sloganları da değerlendirilmiştir. Örneğin bir otomobil firmasının birden fazla modeli ve her birinin kendine ait sloganları bulunmaktadır. Bu durumda ana markanın sloganı değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Sektörler ise belirlenen sloganların gruplandırılması ile oluşturulmuştur. Başka bir ifadeyle sloganlar belirlendikten sonra sağlıklı bir karşılaştırma yapabilmek, araştırmaya konu olan işletmeleri kendi faaliyet alanlarına göre değerlendirebilmek amacıyla işletmelerin buldukları sektörler göre sloganlar ayrılmıştır. Bu nedenle en az beş slogan örneği bulunamayan sektör firmalarının sloganları değerlendirmeye alınmamıştır. Tablo 1’de değerlendirmeye tabi tutulan sloganların sektörler bazındaki dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 1.Sloganların Sektörel Dağılımı

SEKTÖRLER	SLOGAN SAYISI
GSM - İnternet Sağlayıcı	6
Beyaz Eşya – Küçük Ev Aletleri	10
Paketli Gıda Ürünleri	18
İçecek	14
Banka – Finans	12
Giyim	11
Kişisel Bakım	17
Perakende	9
Otomobil	18
Temizlik Ürünleri	11
Yiyecek Sektörü	7
Kargo	6
TOPLAM	139

7. 2. Araştırmanın Kısıtları

Araştırma tek araştırmacı tarafından yürütüldüğü için hata payını azaltmak amacıyla slogan sayısı sınırlandırılmıştır. Araştırma 30.03.2020 tarihinde sonlandırılmış bu tarihten sonra değişen sloganlar değerlendirmeye alınmamıştır. Araştırmanın bir diğer kısıtı da her işletme için tek bir slogan seçilmiş olmasıdır. Aynı işletmenin farklı sloganları değerlendirmeye alınmamıştır.

7. 3. Araştırma Yöntemi

Sloganların yapısını değerlendirebilmek amacıyla içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. “İçerik analizi, metin içinde tanımlanan belli karakterlerden sistematik ve tarafsız sonuçlar çıkarmak amacıyla kullanılan bir araştırma tekniğidir.” (Stone, Dunphy; 1966:213). İçerik analizinin nicel sonuçları kodlama yöntemiyle elde edilmiştir.

Bu çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren firmaların öne çıkan sloganlarının temel özellikleri incelenmiştir. Sloganların içeriklerinin niceliksel değerlendirilmesinin yapılabilmesi amacıyla öncelikle beş kategori belirlenmiştir. Bu kategoriler; tema, anlam, ses kullanımı, konumlandırma ve hatırlanmadır. Kategorilerin alt unsurları ile değerlendirilmesi kodlama cetvelleri ile sağlanmıştır. Kodlama cetvellerinde belirlenen kodlar her bir slogan için MAXQDA 2020 programı kullanılarak değerlendirilmiş ve analiz edilmiştir. Aynı cetvelde bir sloganın birden fazla kez kodlanmasına izin verilmiştir. Çünkü aynı sloganda birden fazla koda uygun özellikler bulunabilmektedir. Örneğin bir slogan hem direkt tüketiciye “–siz” şeklinde hitap edebilmekte hem de güç vurgusu yapabilmektedir.

Sloganların nicel analizinin yapılabilmesi amacıyla beş ayrı kodlama cetveli kullanılmıştır. Bunlardan ilki temalara göre düzenlenen ve Dowling ve Kabanoff tarafından 1996 yılında yayınlanan “**Computer-Aided Content Analysis: What Do 240 Advertising Slogans Have in Common?**” isimli eserlerinde kullandıkları kodlama cetvelidir. Kullanılan kodlama cetveli Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Temalara Göre Kodlama Cetveli

TEMALAR	AÇIKLAMALAR
Beş duyu	Duyu organlarıyla algılamaya yönelik ifadeleri içermektedir. (Tatmak, duymak, görünmek v.b.)
Marka	Sloganlarda markanın kullanımı içermektedir.
Gelecek	Geleceğe yönelik planların ve teknolojinin vurgulandığı ifadeleri içermektedir. (Yenilik, değişim, dijital, teknoloji v.b.)
Duygu	Daha iyi hissetmeye yönelik ifadeleri içermektedir. (Keyif, mutluluk, eğlence v.b.)
Siz	Müşteriye hitap eden ifadeleri içermektedir. (Siz, sen)
Zaman	Zamana vurgu yapan ifadeleri içermektedir. (Yarın, bugün, daima v.b.)
Güç	Alnında lider olduğuna vurgu yapan ifadeleri içermektedir. (Önde, üstün, efsane v.b.)
Faaliyet alanı	Faaliyet alanını belirten ifadeleri içermektedir. (Dünya, Türkiye)
İnsan	Hayatı değerli kılmaya yönelik ifadeleri içermektedir. (Paylaşma, güzel olma, sağlık v.b.)
Sayısal	Sayısal değer veren ifadeleri içermektedir. (Herkes, hep v.b.)
Pozitif	Olumlu duygu yönetimi içeren ifadeleri içermektedir. (Mümkün, yükselme, güven v.b.)
Abartı	Benzetme ile abartarak tanıtım yapmayı amaçlayan ifadeleri içermektedir. (Kinaye, bir numara, en büyük, en iyi v.b.)
Biz	Markayı kişiselleştiren ifadeleri içermektedir. (Ben, biz, bizimle v.b.)
Eylem	Eylem içeren ifadeleri içermektedir. (Yap, gel, ye, haydi v.b.)
Ekonomik	İşletmenin hedefi ve deneyimlerini vurgulayan ifadeleri içermektedir. (Deneyim, hedef, hizmet v.b.)

Kaynak: Dowling, Kabanoff, 1996:68 ‘den uyarlanmıştır.

İkinci olarak sloganlar içerdikleri anlamlar bakımından değerlendirilmiştir. İçlerinde kullanılan afrodizmalar, benzetmeler, alay ya da ironinin bulunulup bulunulmadığına göre analiz edilmiştir. Söz konusu cetvel Reece, Berg ve arkadaşlarının “What Makes a Slogan Memorable and Who Remembers It” isimli eserinden uyarlanarak düzenlenmiştir. Kullanılan kodlama cetveli Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Anlamı Ölçmeye Yönelik Kodlama Cetveli

Soru	Slogan basitçe bir soru sormaktadır. (Örn: Başka Bir Arzunuz?)
Abartılı ifade	Sloganda ürünün ya da markanın daha iyisinin bulunmayacağına vurgu yapılmaktadır. (Örn: Biz daha iyisini yapana kadar en iyisi bu)
Kişiselleştirme	Ürüne/Markaya kişiselleştirmiş bir özellik verilmektedir. (Örn: Dost teknoloji)
Benzetme	İfade, iki öge arasında bir benzerliği tanımlamakta veya oluşturmaktadır. (Örn: En değerli giysiniz cildiniz)
Kelime Oyunu	Slogan, bir kelimenin anlamını veya sesini çalmaktadır. (Örn: Terbiyeli tavuk)
Şaşırtıcı	Tanıdık bir cümle ile başlamakta ardından beklenmedik bir şekilde tamamlanmaktadır. (Örn: Saçlarınızın güzelliği gözlerinize yansır)
Mecaz	Slogan bir ürünü, hizmeti veya şirketi başka bir şeymiş gibi temsil etmek için kullanılmaktadır. (Örn: Güneşin meyveleriyle tazelen)
İroni	Etkinliğini gerçek anlamının tersini ima etmekten alan ifadeler kullanılmaktadır. (Örn: Milyoner olmanın en büyük riski)
Zıt Anlam	Aynı cümle veya cümle içinde zıt anlamı olan kelimeler kullanılmaktadır. (Örn: Dünyanın yerel bankası)
Özlü Söz	Toplumsal kültür öğelerine atıf yapan ifadeler kullanılmaktadır. (Örn: O Bilge neden Ferrari'sini sattı zannediyorsunuz?)
Çift Anlam	Farklı anlama gelen aynı sözcük kullanılmaktadır. (Örn: Gelecek de bir gün gelecek)

Kaynak: Reece, Berg v.d.; 1994:56

Üçüncü kodlama cetveli sloganların çeşitli ses ve kelime oyunları ile tüketici zihninde yer edinmeye çalışıp çalışmadığını ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Kullanılan kodlama cetveli Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Ses Kullanımına Yönelik Kodlama Cetveli

Paralel Yapı	İkinci ifade, ilkinin ritmini veya kelimelerini tekrarlamaktadır. (Örn: Arçelik demek yenilik demek)
Sözcük sırasının değişmesi	İlk yarıdaki ifadenin ikinci yarıda tersi kullanılmaktadır. (Örn: Lüks ekonomisi, ekonominin lüksü)
Tekrar	Kelimelerin, deyimlerin ve / veya yapının çoklu tekrarını içermektedir. (Örn: Vatan ta ta ta tan)
Ses yinelenmesi	Slogandaki kelimelerin ilk ünsüz sesinin tekrarlanmasıdır. (Örn: Bi biskrem versem)
Kafiye	Slogan, seslerin, kelimelerin veya ifadelerin tekrarlanmasıyla bir tempo veya desen oluşturulmaktadır. (Örn: Tek benzeri öteki teki.)

Kaynak: Reece, Berg v.d.; 1994:56

Konulandırma, hedef pazar bölümüne ve rakiplerine göre tüketicilerin zihninde ürünün ya da markanın canlandırılmasını hedefleyen bir stratejidir. Konulandırma marka kimliğinin oluşturulmasında önemli bir yere sahiptir. Marka kimliğine etkisini daha iyi araştırabilmek amacıyla sloganlarda konulandırma stratejisine yer verip verilmediğine yönelik olarak dördüncü cetvel oluşturulmuştur. Kullanılan kodlama cetveli Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Konumlandırma Stratejisi Çerçevesinde Kodlama Cetveli

Hedef kitle	Ulaşılmak istenen hedef kitle açıkça belirtilmektedir. (Örn: Türkiye'nin Bankası)
Farklılaştırma	Markanın diğer özelliklerine de vurgu yapılmaktadır. (Örn: Başkaları araba satmak için yarışır, biz yarışmak için araba satarız)
Kültürel Özellikler	Kültürel özelliklere yer verilmektedir.
Rakiplere Göre Konumlama	Markanın diğer rakipleri ile arasındaki farkı ortaya koymaya yönelmektedir. (Örn: Farkı hisset)
Fiyat / Performans	Ürünün/markanın fiyatının uygunluğu ön plana çıkarılmaktadır. (Örn: A101 Harca harca bitmez)
Üstün Hizmet	Verilen hizmetin benzersiz olduğuna vurgu yapılmaktadır. (Örn: Domino's'tan daha hızlı ne mutlu edebilir ki?)
Yenilikçilik	Yenilik ve teknoloji ön plandadır. (Örn: Arçelik demek yenilik demek)
Yüksek Kalite	Kalite vurgusu öne çıkarılmaktadır. (Örn: Kalite kontrol altında)
Ürün özelliği	Ürünün tüketici açısından yarattığı faydaya odaklanılmaktadır. (Örn: Çiğne ve gülümse)

Kaynak: Yazar tarafından geliştirilmiştir.

Beşinci ve son kodlama cetveli sloganın tüketici tarafından ne kadar hatırlanabilir olduğunu ölçmeye yönelik olarak hazırlanmıştır. Kullanılan kodlama cetveli Tablo 6'te gösterilmiştir.

Tablo 6. Kolay Hatırlanmaya Yönelik Kodlama Cetveli

Basitlik	Kullanılan cümleler hatırlanabilecek kadar basittir. (Örn. Yıka ve çık)
Uzunluk	Altı ya da daha az kelimedenden oluşmaktadır.
Reklam müziği	Slogan aynı zamanda reklam cingılı olarak kullanılmaktadır. (Örn: Vatan ta ta ta tan)

Kaynak: Yazar tarafından geliştirilmiştir.

8. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Araştırma bir bütün olarak incelendiğinde sloganların daha çok konumlandırma stratejilerine destek olarak değerlendirildiği görülmektedir. Ayrıca sloganların %25,18'inde markaya yer verilmiştir. Sloganların marka kimliği açısından önemi göz önüne alındığında marka isminin sloganda yer alması kimliğe yapacağı katkı açısından önemlidir. Başka bir açıdan ele alınacak olursa sloganların %74,82'sinde marka vurgusu yapılmamıştır. İncelenen sloganların % 23,74'ünde direkt tüketiciye hitap eden cümlelerin tercih edildiği anlaşılmaktadır.

8. 1. Sloganların İçerdikleri Temalara Göre Analizi

Tablo 7 ve Tablo 8'de sloganlarda kullanılan temaların sektörel bazda dağılımı verilmektedir. Bu dağılım her sektörde belirlenen slogan sayısına göre ayrı ayrı hesaplanarak oluşturulmuştur.

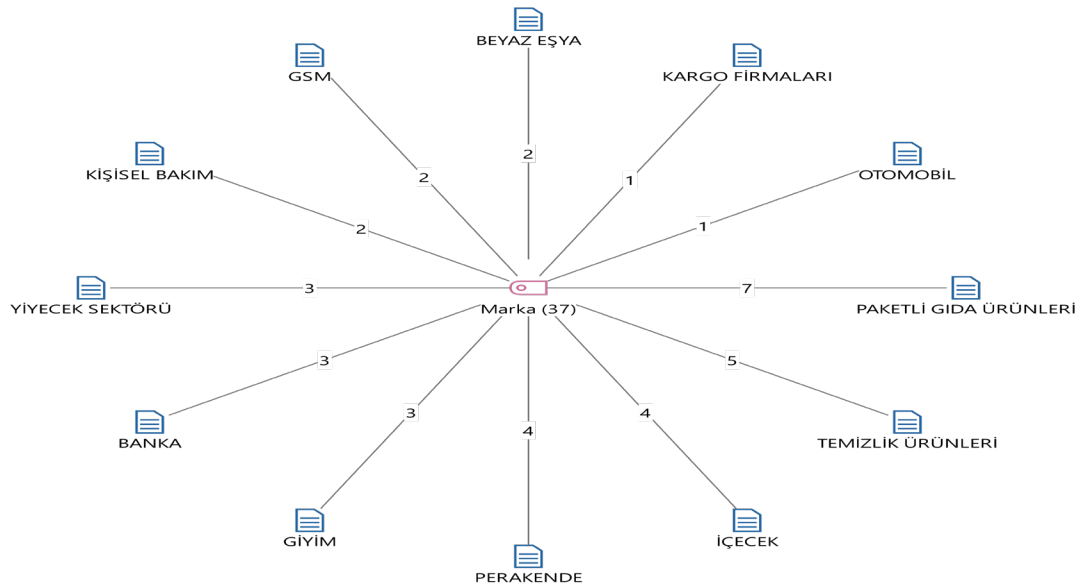
Tablo 7'ye bakıldığında temizlik ürünleri sektöründe bulunan markaların %54,55'inde siz veya sen diye hitap eden sloganların tercih edildiği görülmektedir. Bunu takiben paketli gıda ürünleri, içecek ve kişisel bakım sektörleri gelmektedir. Paketli gıda ürünleri sektöründeki 18 sloganın %38,89'unda, içecek sektöründeki 18 sloganın %35,71'inde, kişisel bakım ürünleri sektöründeki 17 sloganın %29,41'inde, ve 18 otomobil firması sloganlarının %27,78'inde tüketiciye direkt hitap edilmektedir.

Tablo 7. Sloganların Temaların Kullanımına Göre Analizi (1) (%)

Temalar	Beş duyu	Marka	Gelecek	Duygu	Siz/Sen	Zaman	Güç
Banka	0,00	25,00	0,00	0,00	8,33	8,33	8,33
Beyaz Eşya	0,00	20,00	30,00	0,00	0,00	0,00	30,00
Giyim	0,00	9,09	0,00	0,00	9,09	0,00	18,18
GSM	0,00	33,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
İçecek	21,43	21,43	0,00	28,57	35,71	0,00	7,14
Kargo Firmaları	0,00	33,33	0,00	0,00	0,00	0,00	16,67
Kişisel Bakım	5,88	5,88	0,00	0,00	29,41	0,00	5,88
Otomobil	0,00	5,56	22,22	11,11	27,78	0,00	33,33
Paketli Gıda Ürünleri	16,67	44,44	0,00	11,11	38,89	0,00	16,67
Perakende	0,00	44,44	11,11	22,22	22,22	0,00	0,00
Temizlik Ürünleri	0,00	45,45	0,00	9,09	54,55	0,00	9,09
Yiyecek Sektörü	14,29	42,86	0,00	14,29	28,57	0,00	14,29
Toplam Slogan Oranı (%)							
Kullanılan	5,76	25,18	5,76	8,63	23,74	0,72	14,39
Kullanılmayan	94,24	74,82	94,24	91,37	76,26	99,28	85,61

Sloganlarda tercih edilen temalardan biri de güç temasıdır. Güç temasının içerisinde önde olma, üstün olma, kontrol etme veya kontrole sahip olma gibi tüketicinin ürünü kullanması durumunda elde edeceği üstünlük duygusuna vurgu yapan ifadeler yer almaktadır. Bu temaların içerisinde en çok tercih edilen alt tema "farklı olma"dır. Güç temasını kullanan sloganların %25'inde "farklı olma" alt teması vurgulanmıştır. Bu temayı, %20 oranla "gerçek" alt teması takip etmektedir. Sektörel bazda bakıldığında otomobil firmalarının "güç" mesajını tercih ettiği görülmektedir. 18 otomobil firmasının %33,33'ü sloganlarında güç temasına vurgu yapmaktadır.

Markalarını sloganlarında kullanan işletmelere bakıldığında %45,45 oranla en fazla temizlik ürünlerinde tercih edildiği görülmektedir. Bu sektörü %44,44 oranla paketli gıda ürünleri ve perakende sektörü etmektedir. Şekil 4'te marka temasının sektörlerle ilişkisi gösterilmektedir.



Şekil 4. Sloganlarda Marka Kullanımının Sektörel Dağılımı

Paylaşma, değerli olma, güzel olma, sağlıklı olma, hayata bağlanma ve hissetme ve hayal etme alt temalı insan teması incelenen sloganların %12,95'inde tercih edilmiştir. Hayata bağlanma ve hissetme teması en çok tercih edilen alt tema iken bu alt temayı, sağlıklı olma, güzel olma ve değerli olma alt temaları takip etmektedir. Tablo 8'de de görüleceği üzere insan teması içecek sektöründe bulunan firmaların %35,71'inde, GSM sektöründe bulunan firmaların %33,33'ünde ve kişisel bakım sektöründe bulunan sloganların ise %29,41'inde yer almıştır.

Tablo 8. Sloganların Temaların Kullanımına Göre Analizi (2) (%)

Temalar	Faaliyet alanı	İnsan	Sayısal	Pozitif	Abartılı	Biz	Eylem	Ekonomik
Banka	16,67	0,00	8,33	8,33	16,67	0,00	0,00	33,33
Beyaz Eşya	20,00	0,00	0,00	10,00	10,00	10,00	0,00	10,00
Giyim	0,00	9,09	9,09	0,00	36,36	9,09	9,09	0,00
GSM	16,67	33,33	0,00	33,33	16,67	0,00	0,00	0,00
İçecek	0,00	35,71	0,00	0,00	7,14	0,00	28,57	0,00
Kargo Firmaları	33,33	0,00	0,00	0,00	33,33	16,67	0,00	0,00
Kişisel Bakım	11,76	29,41	17,65	5,88	35,29	5,88	11,76	0,00
Otomobil	0,00	5,56	5,56	0,00	22,22	11,11	16,67	5,56
Paketli Gıda Ürünleri	5,56	16,67	5,56	5,56	11,11	5,56	33,33	0,00
Perakende	0,00	0,00	33,33	0,00	0,00	0,00	11,11	0,00
Temizlik Ürünleri	0,00	9,09	0,00	9,09	9,09	9,09	45,45	0,00
Yiyecek Sektörü	0,00	0,00	0,00	0,00	28,57	0,00	14,29	0,00
Toplam Sloganlara Oranı (%)								
Kullanılan	7,19	12,95	7,19	5,04	18,71	5,76	16,55	4,32
Kullanılmayan	92,81	87,05	92,81	94,96	81,29	94,24	83,45	95,68

Sloganların %18,71'inde abartılı ifadeler yer almaktadır. Tablo 8 incelendiğinde sloganlarında abartılı ifadeler kullanan firmaların %36,36'sı giyim, %35,29'u kişisel bakım sektöründe ve yine %22,22'si otomobil sektöründe faaliyet göstermektedir.

Firmaların sloganlarında tercih ettikleri bir diğer tema eylem bildiren cümlelerdir. Tablo 8'de görüleceği üzere "yap", "iste", "gel" gibi emir kipi içeren ifadeler sloganların %16,55'inde tercih edilmiştir. Temizlik ürünleri sektöründeki sloganların %45,45'ünde, paketli gıda ürünleri sektöründeki sloganların %33,33'ünde ve içecek sektöründeki sloganların %28,57'sinde eylem bildiren ifadeler kullanılmıştır.

8. 2. Sloganların İçerdikleri Anlam Açısından Analizi

Tablo 9'da sloganlar içerdikleri anlam bakımından değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sonucunda sloganlarda %20,49 oranda kelime oyunu yapıldığı görülmektedir

Tablo 9. Sloganların İçerdikleri Anlam Açısından Analizi (%)

Anlam	Soru Cümlesi	Abartılı ifade	Kişiselleştirme	Benzetme	Kelime Oyunu	Şaşırtıcı	Mecaz	ironi	Zıt Anlam Kullanımı	Bilinen ifade	Çift Anlamlılık
Banka	8,33	0,00	0,00	0,00	16,67	0,00	0,00	0,00	8,33	0,00	0,00
Beyaz Eşya	0,00	0,00	10,00	0,00	0,00	0,00	10,0	0,00	0,00	0,00	0,00
Giyim	9,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
GSM	0,00	0,00	0,00	0,00	33,33	16,67	0,00	0,00	0,00	0,00	16,67
İçecek	0,00	14,29	0,00	0,00	35,71	0,00	14,29	0,00	0,00	0,00	0,00
Kargo Firmaları	0,00	0,00	0,00	0,00	50,00	16,67	16,67	0,00	0,00	0,00	0,00
Kişisel Bakım	0,00	17,65	0,00	5,88	0,00	11,76	5,88	0,00	0,00	0,00	0,00
Otomobil	0,00	5,56	11,11	0,00	22,22	0,00	0,00	5,56	0,00	5,56	0,00
Paketli Gıda Ürünleri	0,00	5,56	0,00	0,00	16,67	0,00	0,00	0,00	0,00	5,56	0,00
Perakende	0,00	0,00	0,00	0,00	11,11	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Temizlik Ürünleri	0,00	9,09	9,09	9,09	18,18	0,00	9,09	0,00	0,00	0,00	0,00
Yiyecek Sektörü	14,29	14,29	14,29	0,00	42,86	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Toplam Sloganlara Oranı (%)											
Kullanılan	2,46	7,38	4,10	1,64	20,49	3,28	4,92	0,82	0,82	1,64	0,82
Kullanılmayan	97,84	93,53	96,40	98,56	82,01	97,12	95,68	99,28	99,28	98,56	99,28

Kargo firmalarının %50'si, yiyecek sektöründeki markaların %42,86'sı, içecek sektöründeki markaların %35,71'i, GSM operatörlerinin %33,33'ü sloganlarında kelime oyununa yer vermiştir.

8. 3. Sloganların Ses Açısından Analizi

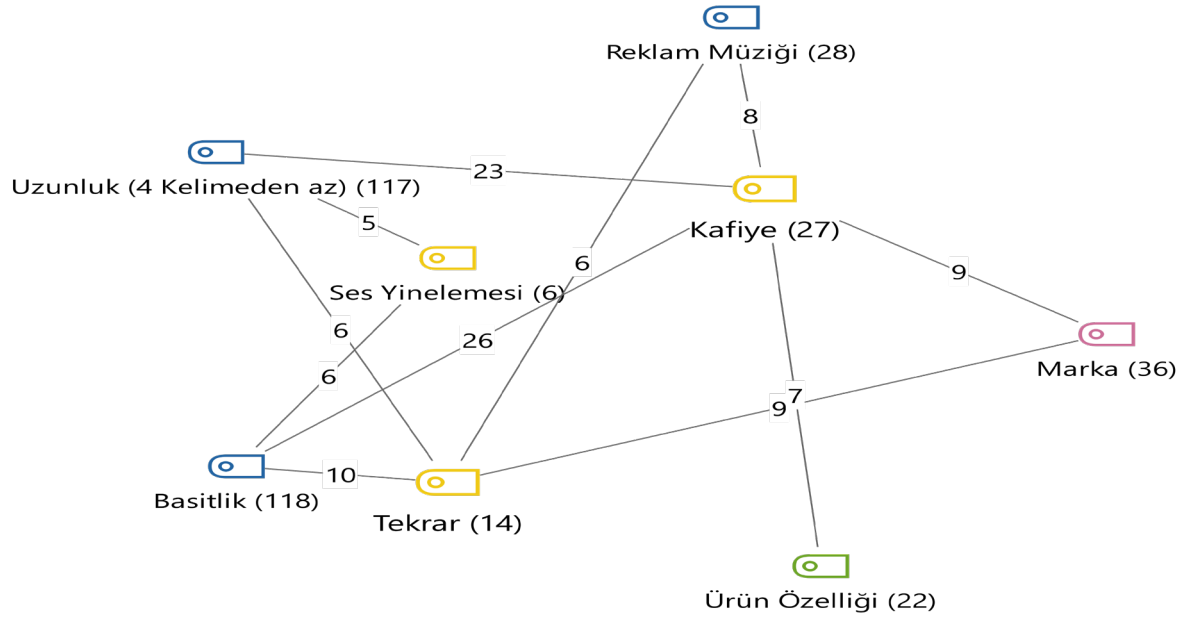
Tablo 10 sloganların ses açısından incelenmesini içermektedir. Sloganların %22,13'ünde kafiye önem verildiği görülmektedir. GSM ve yiyecek sektörü dışında kalan sektörlerin hepsinde kafiye barındıran sloganların varlığı görülmektedir.

Kafiye sloganların akılda kalması açısından önemli olmakla birlikte çok kısa sloganlarda bunu sağlamak çok mümkün olmamaktadır. Kelimelerin birden fazla kez kullanıldığı sloganların sayısı ise %11,48'dir. Sloganlarda ses oyunlarına yer verilmediği görülmektedir.

Şekil 5'te, ses oyunlarının diğer kodlarla ilişkisi görülmektedir. Marka isminin bulunduğu sloganların %25'inde kafiye yer verildiği anlaşılmaktadır. Yine marka ismi bulunan sloganların %25'inde aynı kelimenin tekrar kullanılması söz konusudur.

Tablo 10. Sloganların Ses Analizi (%)

Ses	Paralel Yapı	Tersine Çevirme	Tekrar	Ses Yinelemesi	Kafiye
Banka	8,33	0,00	0,00	8,33	16,67
Beyaz Eşya	10,00	0,00	0,00	10,00	20,00
Giyim	9,09	0,00	0,00	0,00	18,18
GSM	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
İçecek	7,14	0,00	0,00	0,00	14,29
Kargo Firmaları	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kişisel Bakım	0,00	0,00	11,76	0,00	29,41
Otomobil	0,00	0,00	11,11	5,56	11,11
Paketli Gıda Ürünleri	0,00	0,00	27,78	11,11	33,33
Perakende	0,00	0,00	22,22	0,00	33,33
Temizlik Ürünleri	0,00	0,00	27,27	9,09	27,27
Yiyecek Sektörü	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Toplam Sloganlara Oranı (%)					
Kullanılan	3,28	0,00	11,48	4,92	22,13
Kullanılmayan	96,72	100,00	88,52	95,08	77,87



Şekil 5. Ses Oyunlarının Diğer Kodlarla İlişkisi

8. 4. Sloganların Konumlandırma Stratejilerine Göre Analizi

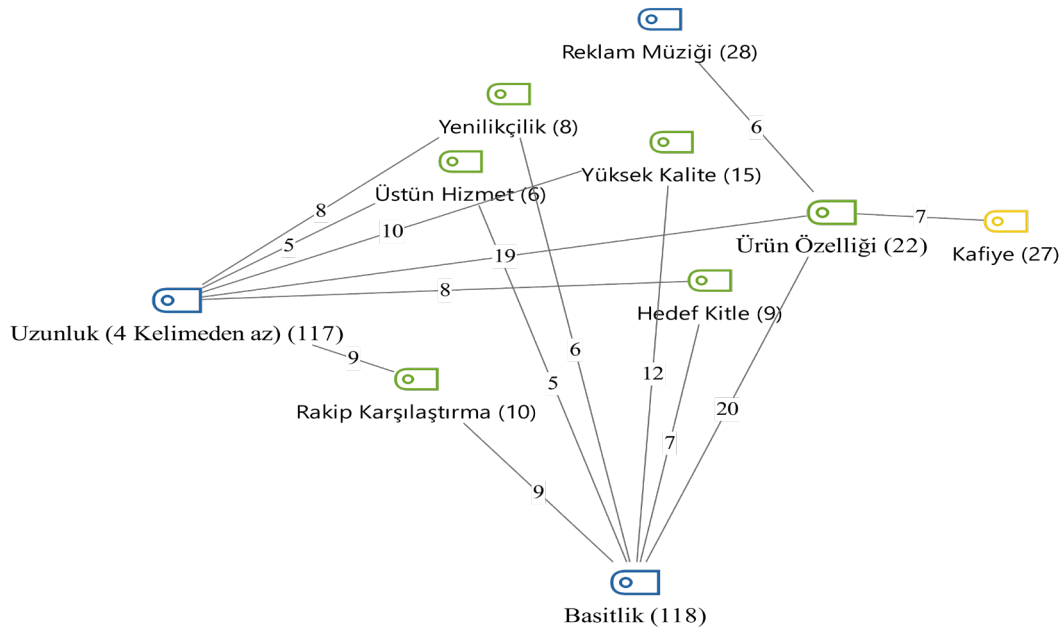
Tablo 11’de marka kimliğinin tüketiciler nezdinde algılanmasını kolaylaştıran konumlandırma stratejilerinin sloganlarda yer alıp almadığı incelenmiştir. İncelenen 139 slogan içinde %63,11’inde konumlandırmaya yer verilmiştir. Sloganlarda ürünün faydasını anlatmaya yönelik olarak ürün özelliklerine yer verilmesinin tercih edildiği anlaşılmaktadır. Bunun yanında tüketicilerin gözünde ürünün kalitesinin yüksekliğini ön plana çıkaran sloganlar da tercih edilmektedir.

Tablo 11. Sloganların Konumlandırma Stratejilerine Göre Analizi (%)

Konumlandırma	Farklaştırma	Hedef Kitle	Kültürel Özellikler	Rakip Karşılaştırma	Düşük Fiyat	Üstün Hizmet	Yenilikçilik	Yüksek Kalite	Ürün Özelliği
Banka	8,33	33,33	0,00	8,33	0,00	25,00	0,00	0,00	8,33
Beyaz Eşya	0,00	0,00	10,00	10,00	0,00	0,00	20,00	30,00	0,00
Giyim	0,00	36,36	0,00	9,09	0,00	9,09	0,00	18,18	9,09
GSM	0,00	0,00	0,00	16,67	0,00	16,67	0,00	0,00	0,00
İçecek	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	21,43	7,14
Kargo Firmaları	0,00	0,00	0,00	16,67	0,00	0,00	0,00	0,00	50,00
Kişisel Bakım	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,88	0,00	29,41
Otomobil	5,56	5,56	0,00	11,11	0,00	0,00	22,22	22,22	0,00
Paketli Gıda Ürünleri	0,00	0,00	0,00	5,56	0,00	0,00	0,00	5,56	22,22
Perakende	0,00	0,00	0,00	0,00	33,33	0,00	11,11	0,00	22,22
Temizlik Ürünleri	0,00	0,00	0,00	0,00	9,09	0,00	0,00	18,18	36,36
Yiyecek Sektörü	0,00	0,00	0,00	28,57	0,00	14,29	0,00	0,00	14,29
Toplam Sloganlara Oranı (%)									
Kullanılan	1,64	7,38	0,82	8,20	3,28	4,92	6,56	12,30	18,03
Kullanılmayan	98,36	92,62	99,18	91,80	96,72	95,08	93,44	87,70	81,97

Şekil 6'da konumlandırma stratejilerinin yer aldığı sloganların diğer kodlarla ilişkisi gösterilmektedir. Ürünün faydasını öne çıkaran sloganların %59'unda kafiye ve reklam müziği (cıngıl) kullanılmıştır. Bu sloganlar aynı zamanda basit ve kısadır.

Sloganlardaki markaların %8,20'sinin kendilerini rakiplerine göre konumlandıkları Tablo 11'de görülmektedir. Rakiplere göre konumlandırma en çok yiyecek sektöründe (%28,57) görülmektedir. GSM operatörleri ve kargo firmaları %16,67 oranla takip etmektedir.



Şekil 6. Konumlandırma Stratejisinin Diğer Kodlarla İlişkisi

Tablo 11 incelendiğinde firmaların sadece %3,28’inde düşük fiyata göre konumlandırma stratejisini tercih ettikleri görülmektedir. Konumlandırma stratejilerini sloganlarında kullanan firmalar %18,03 oranla ürünün faydasını yansıtan ürün özelliklerini ön plana çıkarmayı tercih etmişlerdir. Bu strateji, %50 oranla kargo, %36,6 oranla temizlik sektöründe, tercih edilmiştir.

Yüksek kalite vurgulu sloganların oranı ise %12,30 olarak tespit edilmiştir. Yüksek kalite vurgusu özellikle beyaz eşya (%30), otomobil (%22,22), içecek (%21,43) sektörlerindeki sloganlarda tercih edilmiştir

8. 5. Sloganların Hatırlanma Açısından Analizi

Tablo 12’den de anlaşılacağı üzere sloganların neredeyse tamamında tüketicilerin kolay hatırlamasını sağlamaya yönelik olarak basit ve kısa olmalarına özen gösterilmiştir. Sloganların %96,72 si basit, 95,90’ı altı kelimedenden azdır. Bunların %78,42’si ise dört kelimedenden az cümlelerden oluşmuştur. Uzun sloganların kişisel bakım ürünleri ve otomobil sektöründe nispeten daha çok kullanıldığı görülmektedir.

Sloganın aynı zamanda reklam müziği (cıngıl) olarak kullanılması akılda kalıcılığı önemli ölçüde arttırmaktadır. Buna karşılık sloganların sadece %22,95’inde aynı zamanda reklam müziği olarak kullanımı mevcuttur.

Tablo 12. Sloganların Hatırlanma Açısından Analizi (%)

Hatırlanma	Basitlik	Uzunluk	Reklam Müziği
Banka	100,00	83,33	16,67
Beyaz Eşya	90,00	90,00	10,00
Giyim	81,82	100,00	9,09
GSM	100,00	100,00	16,67
İçecek	92,86	92,86	14,29
Kargo Firmaları	83,33	83,33	0,00
Kişisel Bakım	76,47	70,59	0,00
Otomobil	61,11	66,67	0,00
Paketli Gıda Ürünleri	83,33	83,33	27,78
Perakende	88,89	88,89	77,78
Temizlik Ürünleri	100,00	90,91	36,36
Yiyecek Sektörü	85,71	85,71	71,43
Toplam Sloganlara Oranı (%)			
Kullanılan	96,72	95,90	22,95
Kullanılmayan	3,25	4,1	77,05

9. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

İşletmelerin faaliyet gösterdiği pazarlarda yaşanan acımasız rekabet karşısında kendilerini koruyabilmeleri ve pazar paylarını arttırabilmeleri için marka tanınırlığı ve marka farkındalığı yaratmaları zorunluluk haline gelmiştir. Bu iki unsur marka kimliğinin oluşturulmasının temelidir. Marka kimliğinin yaratılması güçlü bir marka kimliğinin varlığı ile mümkündür. Marka kimliğini oluşturan önemli unsurlardan biri de sloganlardır.

Sloganlar akılda kalıcılık ve çağrışım yaptırma özellikleri nedeniyle marka kimliği oluşturmada önemli katkı sağlamaktadır. Bu araştırmada Türkiye’de çeşitli sektörlerde varlık gösteren 139 markanın sloganları içerik analizi yöntemi ile incelenerek ortak veya ayırt edici noktaları saptanmaya çalışılmıştır.

Beş farklı kategoriye göre incelenen 139 slogan ile ilgili olarak aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

- Sloganlarda tercih edilen tema marka (%25,18), hitap (%23,74) ve güç (%14,39) üzerinedir. Marka imajının tüketici zihninde inşa edilmesinin ilk basamağı sloganlardır. Bu nedenle sloganlarda markaya vurgu yapılması, tüketiciyle iletişime geçilmesi önemli unsurlar olarak değerlendirilmektedir. Ancak yapılan bu çalışma işletmelerin

çoğunlukla sloganlarının içerisinde markayı kullanmadığını göstermektedir. İncelenen marka sloganlarında tüketiciye direkt hitap şeklinin genellikle tercih edilmediği görülmektedir (%76,26). Güç temasını sloganlarında kullanan firmaların farklı yönlerine (%25) ve en iyi seçenek (%20) olmalarına vurgu yaptıkları görülmektedir. Özellikle otomobil firmalarının (%33,33) güç mesajına vurgu yapmaları, ürünün dayanıklılığı ile kullanıcılarına yaşattığı güçlü olma duygusu arasında ilişki kurmaya çalıştığını söylemek mümkündür. İnsana ait değerlerin marka ve ürünle ilişkilendirildiği sloganlar özellikle içecek (%35,71), GSM (%33,33), ve kişisel bakım (%29,41) ürünlerinde tercih edilmiştir.

- Sloganlar içerdikleri anlam bakımından değerlendirildiğinde kelime oyunu (%20,49) en çok tercih edilen yöntem olarak görülmektedir. Kelime oyunlarının yiyecek (%42,86) ve içecek (%35,71) sektörlerinde tercih edildiği anlaşılmaktadır. Abartılı ifade, mecaz, ironi gibi alt unsurların işletmeler tarafından tercih edilmediği görülmektedir.

- Sloganlardaki ses analizi sonuçlarında kafiye kullanımının en çok tercih edilen (%22,13) ses oyunu olduğu görülmüştür. Sektörel olarak incelendiğinde GSM ve yiyecek sektörlerinde ses oyunlarının tercih edilmediği tespit edilmiştir. Buna karşılık temizlik (%63,63) ve paketli gıda ürünleri (%72,22) sektörlerinin ses oyunlarıyla tüketicinin hafızasında yer etmeye çalıştığını söylemek mümkündür.

- Hedef kitlede kalıcı ve özel bir yer edinme çabasına konumlandırma denilmektedir. Bunun için işletmeler reklam ve pazarlama faaliyetlerini hedef kitlelerine göre belirledikleri konumlandırma stratejilerine göre planlamaktadırlar. Sloganların konumlandırma stratejisini sloganlarla destekleyen marka sayısının yeterli olmadığı görülmektedir. İşletmelerin bu noktada belli bir stratejiye yoğunlaşmadıkları da tespit edilmiştir. Konumlandırma stratejilerinde markalar ürünün özelliği (%18,03), yüksek kalite (%12,30), rakiplerine göre konumları (%8,20) tercih edilen unsurlardır. Sektörel analizde ise konumlandırma stratejilerini sloganlarında en çok kullanan işletmelerin bankacılık (%83,32) ve giyim (%81,81) sektörlerinde faaliyet gösterdikleri anlaşılmaktadır.

- Markanın çağrıştırmasını kolaylaştıracak basitlik, uzunluk ve reklam müziği alt kodlarını barındıran son cetvelde (Tablo.12) sloganların neredeyse tamamının yer aldığı görülmektedir. Sloganlar basit (%96,72) ve kısadır (%95,90). Uzun sloganların kişisel bakım ürünleri ve otomobil sektöründe nispeten daha çok kullanıldığı görülmektedir. Sloganlar işletmeler için vazgeçilmez niteliktedir. Marka değerinin oluşmasına katkı sağlayan sloganlar için en temel nokta akılda kalıcı olmalarını sağlayabilmektir. Bu nedenle sloganlar genellikle kısa ve dikkat çekici ifadelerle oluşturulmaya çalışılmaktadır. İncelenen sloganların neredeyse tamamının kısa ve basit olduğu görülmektedir. Sloganın bir müzikle tüketiciye sunulması hatırlanması açısından avantaj sağlamaktadır. İncelenen sloganların yalnızca %22,95'inde bu özellik görülmektedir.

10. SONUÇ ve TARTIŞMA

Literatürde, sloganların marka kimliğini etkileyen unsurların nasıl belirlendiğine ilişkin sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmayla alana ufak bir katkı sağlanması hedeflenmiştir. Dowling ve Kabanoff (1994), sloganın şirketin güçlü bir pazarlama varlığı olduğunu ifade etmiştir. Araştırmaya konu olan firmaların ulusal ve uluslararası pazarlarda faaliyet gösterdiği göz önüne alındığında işletmeler tarafından da bu hususun kabul edildiği anlaşılmaktadır. Boush (1993) ve Dahlén ve Rosengren (2005) sloganların markaların oluşturulmasında önemli bir oynadığını iddia etmektedirler. Yapılan araştırma, sloganların marka kimliğine katkısının işletmeler tarafından kabul edildiği ancak tam olarak anlaşılmadığını göstermektedir. Konumlandırma stratejilerine sloganlarında yer veren firma sayısı azdır. Ayrıca marka isminin sloganların genelinde kullanılmaması slogan ve marka arasında ilişki kurulmasını zorlaştıran bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Reece ve ark. (1994), Kohli ve ark. (2013), Özdengül ve ark. (2013)'ün araştırmalarında vurgulanan kısa, basit ve akılda kalıcı sloganlar kullanmasının tercih edilmesi işletmeler tarafından da benimsenmiştir. Bu sayede işletmeler, marka hatırlanabilirliğini sağlamaya çalışmışlardır. Ancak bu noktada ses oyunlarından yararlanan slogan sayısı nispeten azdır. Ses oyunlarında kafiye en çok tercih edilen yöntem olmakla birlikte tekrar ve ses yinelemesi de hatırlanmaya katkı yapabilecek stratejilerdir. Yine Kohli ve ark.'nı (2013) destekler şekilde işletmeler reklam müziklerinde sloganlarını jingle şeklinde kullanmayı tercih etmemişlerdir.

Sloganlar doğru bir şekilde oluşturulduklarında marka kimliğine ve buna bağlı olarak marka değerinin yaratılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Sloganların en büyük yardımı markanın hatırlanması konusunda olmaktadır. Marka kimliğinin tüketicinin algısıyla yakın ilişkisi düşünüldüğünde sloganların katkısı işletme için yaşamsal bir öneme sahiptir. Bu açıdan seçilen sloganın kısa, basit ve akılda kalıcı olması mutlaka aranması gereken özelliklerdir.

Sonuç olarak, incelenen sloganlar sektörlere bağlı olarak farklı özellikler göstermektedir. Ancak hemen hepsinde ortak olan unsur sloganların basit, kısa ve anlaşılır olmasına özen gösterildiğidir. Bu durum sloganların markanın tüketici zihnine yer edinmesini sağlamak hedefinden kaynaklanmaktadır. Sloganların akılda kalıcılığını sağlamak amacıyla yiyecek ve içecek sektörü başta olmak üzere kelime oyunlarının işletmeler tarafından çoğunlukla tercih edildiği görülmektedir. Buna karşılık işletmelerin sloganlarda abartılı ifadeler kullanmaktan kaçındığı da göze çarpmaktadır. Buradaki amaç, tüketici beklentisini fazla yükselterek beklenen ve algılanan kalite arasındaki makası açmamaktır. Bu oldukça anlaşılabilir bir durumdur. Çünkü markanın gerçek değeri tüketici algısıyla belirlenmektedir.

Konumlandırmanın amacı ürünü ya da markayı hedef kitlenin zihninde doğru olarak kodlanmasını sağlamaktır. Markanın kendisini nasıl konumlandığı sloganla doğru olarak pekiştirildiğinde stratejilerin başarıya ulaşma şansı da yükselecektir. Hatırlamayı iyileştirmek için sloganların uzun süre kullanılması ve kapsamlı pazarlama bütçeleriyle desteklenmesi gerektiğini göstermektedir. Sloganlar uzun süreli kullanılmalı, kısa ve sık aralıklarla slogan değiştirilmemesi gerekmektedir.

Araştırma marka kimliği, marka değeri ve sloganlar arasındaki temel ilişkileri göstermek üzere kurgulanmıştır. Bu konuda çalışmak isteyen araştırmacıların daha fazla sayıda sloganla daha derinlemesine bir tahlil yapmaları mümkündür. Bunun yanında araştırmada her işletme için tek slogan kullanılmış ve sektör bazlı bir değerlendirme yapılmıştır. İşletmelerin farklı markalarına ait sloganlarının karşılaştırılarak, bunların uyum ve ilişkisi de incelenebilecek bir alan olarak görülmektedir. Yine işletmelerdeki değişen sloganların etkilerini incelemek üzere tüketici yönlü bir analiz yapılması da mümkündür.

KAYNAKLAR

- Aaker, D. (1991), "Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name", *New York: The Free Press*.
- Abdi S. & Irandoust A.(2013), "The Importance Of Advertising Slogans And Their Proper Designing in Brand Equity", *International Journal of Organizational Leadership*, 2(2), 62-69.
- Ateşoğlu A. G. İ. (2003), "Marka İnşasında Slogan", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1).
- Baldauf, A., Cravens, K.S. and Binder, G. (2003), "Performance consequences of Brand Equity Management Evidence From Organizations in The Value Chain", *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 12 No. 4, pp. 220-236
- Boush D. M. (1993), "How Advertising Slogans Can Prime Evaluations Of Brand Extensions", *Psychology & Marketing*, 10(1), 67-78.
- Dahlén M. & Rosengren S. (2005), "Brands Affect Slogans Affect Brands? Competitive Interference, Brand Equity And The Brand-Slogan Link", *Journal of Brand Management*, 12(3), 151-164.
- Da Silveira, C., Lages, C., & Simões, C. (2013), "Reconceptualizing Brand Identity in a Dynamic Environment", *Journal of Business Research*, 66(1), 28-36.
- De Chernatony, L. (1999), "Brand Management Through Narrowing The Gap Between Brand Identity And Brand Reputation", *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 157-179.
- Farjam, S., & Hongyi, X. (2015), "Reviewing The Concept of Brand Equity and Evaluating Consumer-Based Brand Equity (CBBE) Models", *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(8), 14-29.
- Gökallıer, E., & Arslan, Z. (2015), "Geçmişle Bağ Kuran Bir Pazarlama Yaklaşımı: Retro Pazarlama Perspektifinden Tüketicilerin Marka Kimliği Ve Marka İmajına Bakış Açılırları Üzerine Bir Araştırma", *Global Media Journal: Turkish Edition*, 6(11).

- Ke, Q. & Wang, W. (2013), "The Adjective Frequency in Advertising English Slogans", *Theory & Practice in Language Studies*, 3(2), 275-285.
- Kızgın Y., & Benli T. (2018), "Reklam Sloganlarının Marka Farkındalığına Olan Etkisinin Belirlenmesi", *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(4), 1178-1197.
- Kohli C., Leuthesser L. & Suri R. (2007), "Got Slogan? Guidelines For Creating Effective Slogans", *Business Horizons*, 50(5), 415-422.
- Kohli C., Thomas S. & Suri R. (2013), "Are You in Good Hands?: Slogan Recall: What Really Matters", *Journal of Advertising Research*, 53(1), 31-42.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006), "Marketing Management 12e", *France: Edition Pearson Education*.
- McDonald, M. H., De Chernatony, L., & Harris, F. (2001), "Corporate Marketing and Service Brands-Moving Beyond The Fast-Moving Consumer Goods Model", *European Journal of Marketing*.
- Mengü M. M. (2006), "Reklam Sloganları ve Tüketici Zihni", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Istanbul University Faculty of Communication Journal*, (25), 109-121.
- Nandan, S. (2005), "An Exploration of the Brand Identity–Brand Image Linkage: A Communications Perspective", *Journal of Brand Management*, 12(4), 264-278.
- Özdemir A. G., Yörük E. E., & Öztürk M. (2019), "Sprituelin Sloganlaştırılması: Marka Sloganlarına Yönelik Söylemsel Bir Analiz", *İnif E-Dergi*, 4(2), 24-36.
- Petty R.D., Leong S.H.S. & Lwin M.O. (2010) "Slogans, US and EU Legal Protection For Slogans That Identify And Promote The Brand", *International Journal of Advertising*, 29(3), 473-500.
- Phillips, B. J., McQuarrie, E. F., & Griffin, W. G. (2014)(a), "How Visual Brand Identity Shapes Consumer Response", *Psychology & Marketing*, 31(3), 225-236.
- Phillips, B. J., McQuarrie, E. F., & Griffin, W. G. (2014) (b), "The Face of the Brand: How Art Directors Understand Visual Brand Identity", *Journal of Advertising*, 43(4), 318-332.
- Pryor K. & Brodie R. J. (1998), "How Advertising Slogans Can Prime Evaluations Of Brand Extensions: Further Empirical Results", *Journal of Product & Brand Management* 7(6), 497-508.
- Reece B.B. (1984),"Children's Ability to Identify Retail Stores From Advertising Slogans", *in NA - Advances in Consumer Research* , Volume 11, eds. Thomas C. Kinneer, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 320-323.
- Reece B. B. , Van den Bergh B. G. & Li H. (1994), "What Makes a Slogan Memorable and Who Remembers It", *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 16(2), 41-57.
- Stone P. J., Dunphy D. C., Marshall S. S. & Ogilvie D.M. (1966), "The General Inquirer: A Computer Approach to Content Analysis", *The M.I.T. Press, Massachusetts*, 241-256
- Wood, L. (2000), "Brands and Brand Equity: Definition and Management", *Management Decision*, 38(9), 662–669.
- Yoo B, Donthu N, Lee S. (2000), "An Examination of Selected Marketing Mix Elements and Brand Equity", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2000;28(2):195-211.
- <http://psikolojisozlugu.com/priming-effect-on-hazirlama-etkisi>

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:12.04.2021 ✓Accepted/Kabul:20.05.2021

DOI:10.30794/pausbed.905663

Araştırma Makalesi/ Research Article

Keleş Tayşir, N. (2021). "A Multilevel Perspective of Nascent Social Entrepreneur Disengagement" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 269-287.

A MULTILEVEL PERSPECTIVE OF NASCENT SOCIAL ENTREPRENEUR DISENGAGEMENT

Nurgül KELEŞ TAYŞİR*

Abstract

Each year, a significant number of grant programs select, award, and support young social entrepreneurs. However, not all can bring their ideas to fruition; many nascent entrepreneurs terminate their efforts before launching the business. Determining why some individuals continue while others disengage is critical to understanding the entrepreneurial process. This study explores factors affecting nascent social entrepreneurs' decisions to disengage. We interviewed 18 social entrepreneurs who intended to start a social venture but decided to terminate the process. The findings suggest that macro-, meso-, and micro-level factors influence nascent social entrepreneurs' decisions to disengage.

Keywords: *Nascent entrepreneur, Social entrepreneur, Disengagement.*

JEL code: L31, L26

GENÇ SOSYAL GİRİŞİMCİLERİN FİKİRLERİNDEN VAZGEÇMELERİNİN FARKLI SEVİYELERDE İNCELENMESİ

Öz

Her yıl, çok sayıda hibe programı genç sosyal girişimcileri seçmekte, ödüllendirmekte ve desteklemektedir. Fakat, seçilen sosyal girişimcilerin hepsi fikirlerini hayata geçirememekte; pek çok girişimci girişimi kurma aşamasından önce çalışmalarına son vermektedir. Bazı kişiler çalışmalarına devam ederken neden diğerlerinin vazgeçtiklerini belirlemek girişimcilik sürecini anlamak açısından önem arz etmektedir. Bu çalışma, sosyal girişimci adaylarının ayrılma kararlarını etkileyen faktörleri araştırmaktadır. Sosyal bir girişim kurmak isteyen ancak süreci sonlandırmaya karar veren 18 sosyal girişimciyle derinlemesine mülakat yapılmıştır. Bulgular, sosyal girişimcilerin ayrılma kararında makro-meso ve mikro faktörlerin etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar kelimeler: *Sosyal girişimciler, Genç girişimciler, Girişimin sonlandırılması.*

*Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İSTANBUL.
e-posta: nktaysir@ticaret.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-0232-2404>)

1. INTRODUCTION

The entrepreneurial process progresses through a variety of phases. Using a parental metaphor, Cardon et al. (2005) explained two main stages of the entrepreneurial process: pre-emergence and post-emergence. The pre-emergence step involves conception and gestation, whereas the post-emergence stage consists of infancy, toddlerhood, childhood, growth, and maturity. In the pre-emergent stage, also referred to as nascent entrepreneurship, entrepreneurs identify opportunities as they intend to start their venture. Dimov (2010, 1126) explained that in this early stage, the opportunity is 'just a venture idea', and nascent entrepreneurs should take some actions to gradually confirm the value of the idea.

In these early stages, nascent entrepreneurs continuously evaluate ideas and opportunities, considering 'whether their efforts should be intensified, redirected or discontinued' (Dimov 2010, 1127). As a result of this early evaluation, some potential entrepreneurs may decide not to pursue the venture (DeTienne 2010). Furthermore, in different entrepreneurial phases, entrepreneurs may face obstacles, or, over time, they may decide to abandon the idea, if it is no longer considered attractive or profitable

Recent years have seen an increased interest in understanding entrepreneurial exits and the fact that not every nascent entrepreneur continues to the next stage in the process. Indeed, a significant percentage of nascent entrepreneurs do not turn their ideas into reality (Parker and Belghitar 2006). Exits are high during the start-up process due to the considerable uncertainty, which means that 'many start-up or organizing attempts fail, and many business opportunities remain unrealized' (Yusuf 2012, 783).

Entrepreneurial disengagement is not limited to commercial entrepreneurs; social entrepreneurs experience the same phenomenon. However, the literature on entrepreneurial discontinuance remains in the developmental phase, mainly focusing on commercial entrepreneurs' experiences. It is crucial to understand the phenomenon of disengagement from the social entrepreneurial perspective. This study aims to understand the reasons of the nascent social entrepreneurial disengagement.

2. LITERATURE REVIEW

Numerous studies argue that intention is a valuable predictor of behaviour. Theory-driven models of intention, such as Ajzen's (1991) theory of planned behaviour and Shapero and Sokol's (1982) entrepreneurial event model, have advanced the understanding of entrepreneurial behaviour; however, not all intentions develop into behaviours. In the entrepreneurial process, individuals who intend to start a venture may decide to terminate the idea during the gestation process. Kruger and Reilly (2000, 416) stated, 'intentions explain 30% or more of the variance in behavior'. Venture creation is a challenging and complicated process, and as Triandis (1980) suggested, due to low facilitating conditions, intentions may not transform into actual behaviour. At any point, affected by their willingness to exit, emotional commitment to the venture, and financial expectations, individuals may decide to disengage from their intentions (Munoz and Cacciotti 2014).

In the conception and gestation stages of entrepreneurship, nascent entrepreneurs may withdraw from the process for various reasons. Drawing on turnover literature, DeTienne (2010) suggested three main forces that influence the exits: alternative, calculative, and normative. First, alternative forces represent other possible opportunities; not limited to new venture opportunities, they may also cover job and educational opportunities. The nascent entrepreneur may decide to pursue alternative opportunities over the venture (DeTienne 2010). Second, calculative forces represent individuals' opportunities to achieve 'goals and values in the future at their current organization' (Maertz and Champion 2004, 570). Third, normative forces represent negative perceptions from family and friends regarding the opportunity (DeTienne 2010).

Founding a venture comprises a complex set of activities, and the entrepreneur's ability to organise them is critical for the survival of the enterprise. Due to the highly unpredictable nature of business ventures, nascent entrepreneurs may face numerous obstacles and difficulties during the venture creation process (Davidsson and Gordon 2012). Van Gelderen, Thurik and Patel (2011, 72) stated that these difficulties 'may take longer to resolve than expected'. Some key obstacles or reasons for entrepreneurial exits mentioned in the preceding literature

can be summarised as follows: difficulty of acquiring resources (Hurst and Lusardi 2004; Van Stel, Storey, and Thurik 2007), lack of confidence (Sequeira, Mueller, and McGee 2007), fear of failure (Arenius and Minniti 2005; Kollmann, Stöckmann, and Kensbock 2017), risk attitudes (Caliendo, Fossen, and Kritikos 2009), lack of industry experience (Davidsson and Gordon 2012), lack of start-up experience (Delmar and Shane 2006; Dimov 2010), level of self-efficacy (Hechavarria, Renko, and Matthews 2012), human capital (Davidsson and Honig 2003), social capital (Davidsson and Honig 2003), and social networks (De Carolis, Litzky, and Eddleston 2009). Moreover, nascent entrepreneurs may lose motivation for a variety of reasons: regulations may delay or hinder the process, another entrepreneur may acquire the targeted market, and the market may show less interest in the venture than predicted. Additionally, nascent entrepreneurs may not enjoy the process of venturing, or may even dislike certain parts of the trade such as 'book-keeping or selling' (Van Gelderen, Thurik, and Patel 2011, 72).

Munoz and Cacciotti (2014, 2) indicated that, in the entrepreneurial process, social entrepreneurs are 'facing uncertainty [...] and the ghosts of potential failure and exit'. Renko (2013) listed the problems that nascent social entrepreneurs may experience in convincing diverse stakeholders of the impact of their venture. Social ventures require support from governmental organisations and other agencies, and due to bureaucracy and inefficiently structured institutions, it may be hard to convince them to support new ideas.

Dimov (2010) indicated that the progress of the venture formation process depends on the entrepreneur's perception. As nascent entrepreneurs continuously evaluate the feasibility of the opportunity and whether they have the necessary skills and knowledge, problems encountered during the entrepreneurial process have a significant impact on the decision to disengage. However, not all entrepreneurs who encounter constraints in the process will abandon their ideas. In these scenarios, rather than the quantity or nature of the problems encountered, how entrepreneurs perceive them is more critical. Mergemeier, Moser, and Flatten state that:

'action-related behavior depends mostly on how an NE [nascent entrepreneur] perceives certain constraints – as a solvable challenge or an impeding difficulty – and this perception is based on the individual's own expectations, values, commitments, resources, and coping strategies'. (Mergemeier, Moser, and Flatten 2018, 849)

Some entrepreneurs view problems as barriers, whereas others do not, and these different perspectives affect the intention to withdraw from the venture or continue with the process.

Appraisal Theory explains that 'problems are subjective' and depend on how individuals perceive them. Consequently, an individual's reaction to a certain incident depends on appraisal or evaluation of the incident. There are two cognitive appraisal processes: primary appraisal and secondary appraisal. In the primary appraisal process, individuals assess whether an incident might affect their well-being. In the secondary appraisal process, to evaluate the situation, individuals consider their resources and abilities. If the situation is perceived as demanding excessive resources and/or it is not possible for the individual to cope with the demands of the situation, they may conclude that their well-being will be negatively affected, as a result. Throughout these processes, individuals perceive some factors as unscalable barriers, and others as challenges to be overcome. Depending on this subjective evaluation, nascent entrepreneurs perceive issues as problematic if they exceed their available resources (Lazarus 1991; Smith and Lazarus 1993).

While observations of entrepreneurial exits can be found in social entrepreneurship literature, social entrepreneurial exits have received limited attention. DeTienne and Wennberg (2015, 1) emphasised that 'entrepreneurship researchers seemed to have, by and large, missed out on one of the most important phenomena in the entrepreneurial journey', while Dacin, Dacin, and Matear (2010) argued that social entrepreneurship research could benefit from developing an understanding of the phenomenon of entrepreneurial exits. Like their commercial counterparts, social entrepreneurs engage in entrepreneurial activities, such as opportunity identification, exploitation, resource mobilisation, and innovation, when creating a new venture (Saebi, Foss, and Linder 2018). However, social entrepreneurs also aim to generate social value, and since they aim to achieve both social and commercial objectives, social venture sustainability depends on the balancing of these two goals. Due to this duality, it might be possible to observe a more complex pattern of obstacles that lead to nascent

social entrepreneurs' decisions to exit the process. Thus, this study aims to understand the phenomenon of entrepreneurial exits from the social entrepreneur's perspective.

3. METHODOLOGY

To understand the experiences of individuals who pursued social entrepreneurship but did not realise this intention, this study employs a purposive sampling method. To identify social entrepreneurs who intended to start a social venture, we decided to use the social entrepreneur award program's applicant lists. In Turkey, various grant and pre-incubation programs actively encourage the younger generation's entrepreneurship aspirations by annually selecting and awarding certain individuals' social venture ideas. Some of these grant programs only publish information of the individuals who receive awards, whereas others share their applicant information. In our process, we first retrieved names of the individuals who applied and/or won awards from different award program's websites. Second, we identified the eligible participants based on the status of their start-up efforts. Then we shortlisted 18 individuals who agreed to participate in the research. The participant characteristics are provided in Table 1.

Table 1: Characteristics of the Participants

ID	Age	Gender	Selection Year	Award
SE1	22	F	2015	\$2000
SE2	27	M	2011	Investor Meeting
SE3	26	F	2013	\$2000
SE4	23	F	2012	Not Awarded
SE5	23	F	2017	Not Awarded
SE6	27	F	2018	Not Awarded
SE7	23	M	2011	\$2000
SE8	26	F	2014	\$2000
SE9	22	F	2013	\$2000
SE10	21	F	2011	\$2000
SE11	22	F	2014	Multiple Awards
SE12	29	F	2017	\$2000
SE13	26	F	2011	Laptop
SE14	28	M	2011	\$2000
SE15	29	F	2017	Not Awarded
SE16	29	F	2017	\$2000
SE17	26	M	2015	\$2000
SE18	24	M	2014	\$2000

To understand the extent of the participant experience, data were gathered through semi-structured interviews during which the participants were encouraged to share their stories. The interviews were conducted between February and June 2019, and each session lasted approximately one hour. Interviews were audio-recorded and transcribed verbatim. A qualitative approach was taken in this study, following the Gioia Methodology (Gioia, Corley, and Hamilton 2012). The transcripts of the interviews were uploaded to Atlas TI for data analysis. The analytical process is composed of three phases: first order, second order, and aggregate dimensions. Figure 1 illustrates the analytical process and the data structure.

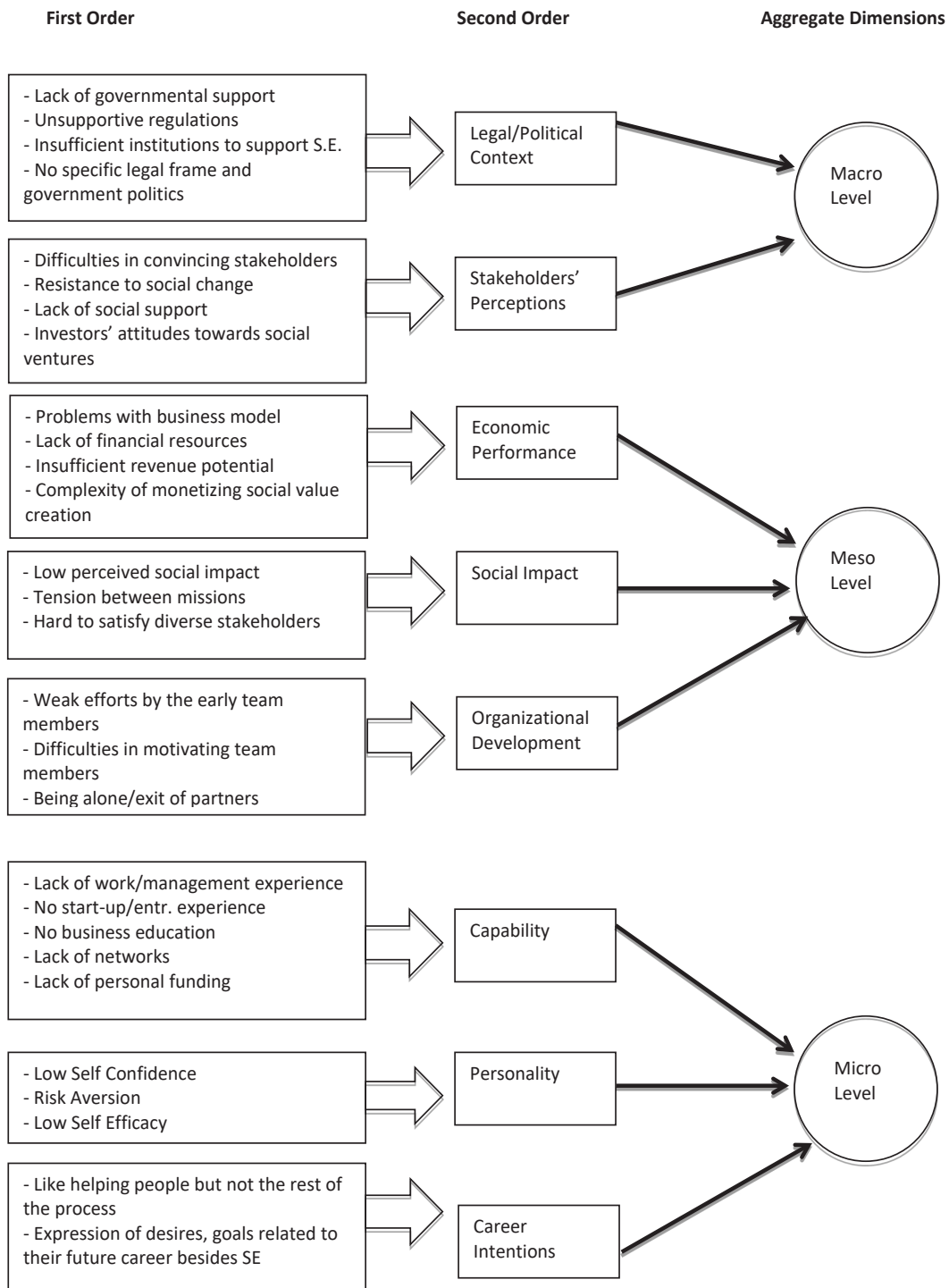


Figure 1: Data Structure

In the interviews, participants mentioned having encountered multiple constraints that influenced their decisions. First, the interview transcripts were read individually, and before starting the coding process, we reviewed the preceding literature to help us compile a list of codes. The initial codes were later adjusted, based on the transcriptions. To ensure coding reliability, an independent coder was appointed, and two sets of codes were compared. In the case of disagreement, discrepancies were resolved through discussion among the coders. As the research progressed, a final list of codes was eventually determined.

Second, the relationship between the codes was analysed and text comparisons were conducted. Antecedents of social entrepreneurial disengagement were identified and categorised as concepts, themes, or aggregated dimensions. When reducing concepts into themes and dimensions, consistency with existing literature was discovered to some extent.

4. FINDINGS

The findings show that nascent social entrepreneurial disengagement is affected by the various factors on three levels: macro level, including legal-political context and stakeholders' perceptions; meso level, including economic performance, social impact, and organisational development; and micro level, including capability, personality, and career intentions. Figure 2 displays the interplay of macro-, meso-, and micro-level factors, and Table 2 provides data examples derived from the interviews.

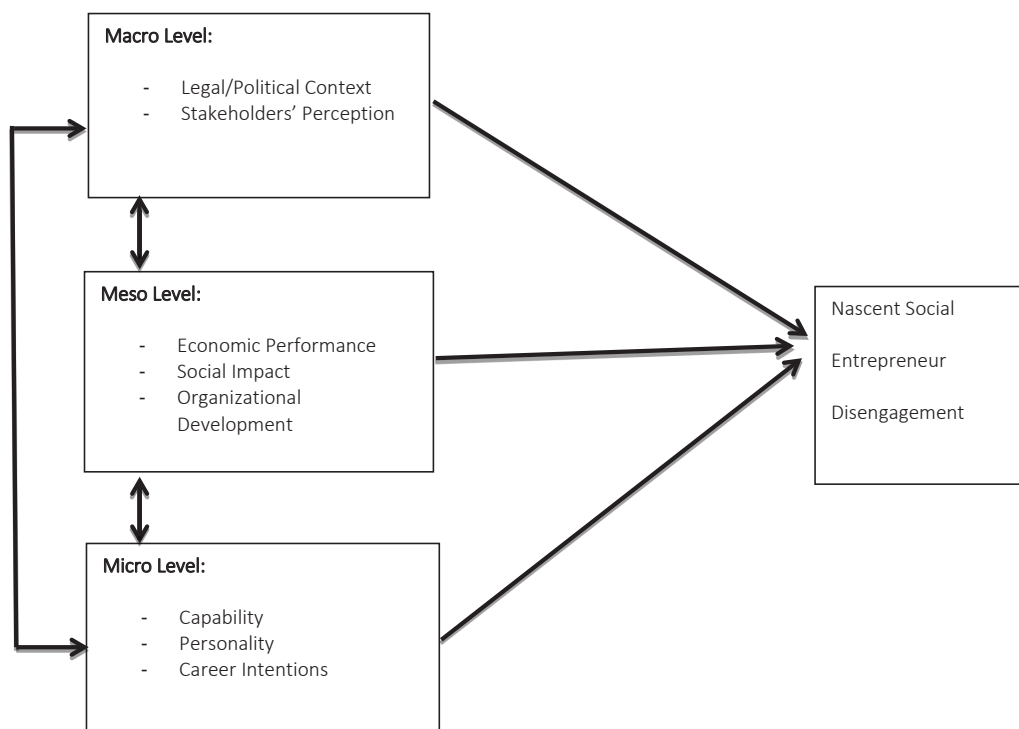


Figure 2: Multilevel Factors Influencing Social Entrepreneur Disengagement

Table 2: Data Examples for Key Concepts

Concept	Data Examples
Capability	I wish I had had a job experience before... People want to take advantage of your inexperience... when you experience these, you get demotivated easily Actually, the problem was at that time, we knew nothing about entrepreneurship... I did not know to write a business plan or prepare a presentation to investors. After my current experience I can say that many good things could have been done...
Personality Career Intentions	I guess because of the fear of failure; I did not want to continue I was not even sure whether this was the job I want or not... this project had been a thing that fell on my lap
Legal/Political Context	You face with too many procedures in the process. Your fate is left to the initiative of the people.
Stakeholders' Perceptions	According to my experiences, unfortunately, people do not show the same respect to social ventures
Social Impact	I started questioning the social impact. I was putting in a lot of effort, but I could not see a noticeable effect. From my view, there was no measurable effect.
Organizational Development	I had a partner, but he did not keep his promises... He had to make some effort to implement the business model, but he did not... I could not motivate the team members. At some point, I was the only one who made an effort, and unfortunately, I started to lose my motivation Because I was alone, I could not deal with all the problems by myself.
Economic Performance	Soon, I realized how utopic my idea was. I just wanted to be useful and change people's perceptions, but I did not really think about the business model. After the training program, the idea, as a business model, no longer made no sense to me, especially in Turkey.

Macro level

On the macro level, participants reported obstacles encountered within a legal/political context and the stakeholder perceptions to have affected their decisions. Busenitz, Gomez, and Spencer (2000) explained that country level institutional factors—regulatory, cognitive, and normative—influence entrepreneurship. Regulatory factors are summarised as laws, regulations, and government policies that facilitate or impede entrepreneurs' resource acquisition process and, ultimately, affect the success of the organisations (Sharir and Lerner 2006). Ferri and Urbano (2010) pointed out that formal institutions, such as laws, regulations, and constitutions, are of great significance to the social entrepreneurial process. Constitutions establish a legal framework by which social ventures can function properly. Policies related to social venture formation differ between countries, and some countries have no specific policies. The presence or absence of policies affects the social entrepreneurial process, and the entrepreneurs may face challenges due to the lack of appropriate regulations and legal organisational forms for social ventures. This might serve as a barrier to entry, limiting their options of business models and the type of capital they can attract.

Turkey has not established a specific legal form for social ventures. As a result, social entrepreneurs experience difficulties in deciding on a legal form most appropriate for their venture. In the interviews, the participants mentioned that unsupportive governmental regulations posed a challenge to their efforts. Nascent entrepreneurs who do not have knowledge and experience in the field (discussed in detail in the section on the micro level) perceive the lack of legal forms for social ventures as a great barrier, which affects their perception of ambiguity. Participant 11 stated:

I thought a lot about what the right legal structure could be. For instance, there is a specific legal structure for social ventures in the USA; however, in Turkey, there is not, and we have struggled a lot because of this.

Townsend and Hard (2008) found that perceived ambiguity affected social entrepreneurs' choice of organisational form. Due to the lack of legal forms for social ventures, many nascent social entrepreneurs founded two different organisations, one for profit and one non-profit, in order to achieve their goals. This additional burden caused nascent entrepreneurs to struggle with managing and balancing the conflicting goals of these different organisations. Participant 14 explained:

When we first learned about the concept of social venture, we investigated whether there was a specific legal form in Turkey. Unfortunately, there is not... Then we started to think about founding a commercial venture and an NGO [non-governmental organisation] together, which was really challenging for us...

In certain situations, social entrepreneurs believe that the only way to continue is to found a non-profit organisation, based on society's perceptions. In turn, this decision affects both meso- and micro-level factors. Participant 9 indicated:

In Turkey, there is not a legal status that corresponds to the social business. Because of that, we evaluated the remaining options and decided that becoming an NGO was best for us. Being non-profit could also change the way people perceive us. If we had founded a company, people would say, 'oh they are making a profit from this service', and there might be question marks in people's minds.

The necessity of the cooperation between the government and social ventures is mentioned in the literature (Zahra and Wright 2011). To achieve the targeted social goal, most social ventures need governmental support. As Sullivan (2007) explains, governmental support has the potential to affect the decisions of nascent social entrepreneurs, while a lack of legal forms causes legitimacy problems. Participant 16 stated this problem as follows:

Our field of work requires cooperation with public institutions. However, public institutions have clearly stated that they prefer to work with an NGO, not a venture. Therefore, we were unable to create a profitable structure in this field.

Since social entrepreneurs try to solve the problems, governments cannot, or will not, tackle, some participants mentioned that they encountered negative reactions from political institutions. Participant 5 mentioned:

A lot must change on the macro level, procedures, etc. We were getting reactions from political institutions such as: 'Are you blaming us for not doing our job?'

In some cases, unsupportive government regulations may discourage the entrepreneurs in their efforts. In some fields, effective legal regulations are needed to create social value. Participant 13 explained how their efforts were wasted:

It is so difficult to protect the environment in Turkey. I have been working in the nature conservation sector for years. I have been trying to protect the environment and land. However, a law was passed last year, maybe 300 times the area that I was trying to protect was plundered for zoning amnesty. I mean, all my efforts were wasted... it was an uphill battle.

Since social ventures are a relatively new concept, public institutions' lack of knowledge causes bureaucratic obstacles in the process of their founding. Participant 5 explained:

You face too many procedures in the process. Your fate is left to the initiative of the people. That is why we could not continue.

Cognitive factors refer to the knowledge and skills potential entrepreneurs need in order to found and manage a new venture. Busenitz and Lau (1996) acknowledged that new venture creation processes become shared knowledge in some countries whereas in other countries, most people would not possess this basic knowledge. The entrepreneurial ecosystem affects the chance to acquire resources; the majority of interview participants highlighted the challenges this presents in a social entrepreneurial context. While advisory organisations—specifically aimed to help social entrepreneurs—exist, the participants indicated that they lack

the knowledge and necessary skills to support them. One participant explained that they tried contacting all supporting organisations in the ecosystem. Participant 17 stated:

Since we are trying to change policies, many things are different from other ventures. There were mentors who did not know our field; thus, we were receiving irrelevant comments. Mentors had no answer on how to price it, because it is unique to what we do.

Participant 11 said that constantly receiving different directions was confusing and negatively affected the process.

I could not estimate that meeting with a different mentor every week might do more harm than good... When I stopped and looked, I saw that we were lost. Since we did not have any experience, we felt like we had to do what everyone suggested. I have come to realise that we were being thrown from idea to idea.

Arguably, a lack of access to resources, including traditional sources of venture capital and funding, presents a major problem which nascent social entrepreneurs must overcome (Austin, Stevenson, and Wei-Skillern 2006; Lumpkin et al. 2011; Nicholls 2010). Social venture investment is not a familiar concept in Turkey, and, in this study, difficulties in convincing investors were raised by most participants. Participant 8 mentioned:

We met with numerous investors, but social venture investment is not common in this country. Since investors focus only on the financial profit, they do not want to invest in social ventures.

Participant 11 said:

Investors start running as soon as they hear the words 'social venture'.

Participant 17 remarked:

Actually, I got offended after a while. I realised there was a perception that my work was worthless. Since no one wanted to invest in this project, I also started to think that this job is worthless, and that was the point I hit the ground.

Normative factors represent society's level of admiration towards the entrepreneurial process. Culture, values, beliefs, and norms affect individuals' decisions to become entrepreneurs (Busenitz, Gomez, and Spencer 2000). Ferri and Urbano (2010) noted that informal institutions such as attitudes, culture, and traditions, affect the entrepreneurial process and influence the level of support social ventures receive. Since it is difficult to obtain traditional sources of funding, social ventures are highly dependent on stakeholder support (Austin, Stevenson, and Wei-Skillern 2006). Newth and Woods (2014) demonstrated that social entrepreneurs may experience resistance at multiple levels while trying to create social change. Meanwhile, Becker, Knudsen, and Swedberg (2011) indicated that resistance is related to habits, norms, customs, and routines, and that individuals resist people who threaten these informal institutions. Thus, novel ideas that do not align with current institutional standards will face resistance (Renko 2013). In this study, the participants repeatedly mentioned this obstacle. Participant 1 stated:

If you are trying to do something that has not been done before, people's reactions can be really different. They can find it strange and question the necessity of it. The main factor that broke my motivation was the lack of support, from the very beginning to the very end.

From an institutional and ecological perspective, founders of new ventures face many challenges due to their lack of legitimacy. Crucial stakeholders may not fully understand the nature of new ventures (Aldrich and Fiol 1994), and, in most situations, social ventures try to create value in an environment that does not recognise or appreciate the potential contribution (Sharir and Lerner 2006). Urbano, Toledano, and Soriano (2010) showed that informal factors have more influence on the process of social venture formation than formal factors. Concurrent with this, most participants stated that the attitude towards social ventures presents a major barrier.

Participant 5 explained:

Since we were trying to focus on the needs of a group labelled as 'others' in society, no one wanted to help us. We were in an area that was no one's priority, and no one wanted to be aware.

Robinson (2006) stated that, due to regulatory and cultural expectations, deciding on an organisational form poses a potential barrier in the opportunity exploitation process. Participant 13 stated:

It is much easier to find support for NGOs. There are many grants, if you know how to write and manage projects... Also, nobody around me treats a commercial venture with the respect they have for NGOs. Being non-profit and profit oriented are considered totally different.

In summary, on the macro level, lack of governmental support, unsupportive regulations, insufficient institutions, difficulties in convincing stakeholders, resistance to social change, and a lack of social support are the main factors that lead to social entrepreneurial disengagement.

Meso level

On the meso level, organisational and team-level factors are discussed. Dufays and Huybrechts (2017) defined social venture creation as a collective process in which entrepreneurs are dependent on other actors. The importance of the venturing team has been emphasised both in commercial and social entrepreneurial contexts (Francis and Sandberg 2000; Sharir and Lerner 2006; Timmons 1990). The size of the team and the expertise of the members can affect the success of the venture (Cooper 1993). Studies have shown that the majority of the nascent entrepreneurs work in teams of two or more (Aldrich et al. 2004; Davidsson and Honig 2003), and that team-founded ventures tend to outperform those of solo entrepreneurs (Cooper and Bruno 1977; Weinzimmer 1997). This may be due to the additional resources team members bring to the venture creation process (Steffens et al. 2012). Furthermore, teams are critical for a venture to transition to the operational level. Menzies et al. (2006) found that nascent female entrepreneurs who started the process with a team are six times more likely to transition to an operational venture than teams led by male entrepreneurs. Steffens et al. (2012) mentioned that initial team size and composition influence the future of the new venture. Concurrent with these results, participants mentioned that being alone was one the biggest struggles they experienced. Participant 2 stated:

At the end of this, I have learned that if you want to start a venture formation process, you should not do it alone. So, if I start again, I know that I will not start it by myself.

An initial entrepreneurial team share their vision, motivation, knowledge, and resources to create a new venture (Wasserman 2008). Thus, while there are many benefits to team ventures, a potential exit of one member might disrupt the configurations of the knowledge and resources held by the team. Furthermore, the exit of a team member is critical (Piva and Rossi-Lamastra 2017), since the firm performance of a new venture is related to the social capital of the entrepreneurial team (Bamford et al. 2006). In our interviews, the participants highlighted the importance of the team and how some obstacles with partners and/or team members affected the decision to exit. Participant 11 indicated:

We had other responsibilities, and my partner decided to leave. After her exit, some team members also decided to leave the organisation. The team was completely disbanded, and I was left by myself.

As discussed in the macro-level section, due to the lack of specific legal status for social ventures, in some fields, nascent entrepreneurs feel obliged to choose a non-profit organisation. This decision affects organisational development, and since nascent entrepreneurs struggle to attract employees and pay salaries, the teams often consist of individuals who help on a voluntary basis. Austin, Stevenson, and Wei-Skillern (2006) noted that relying heavily on volunteers raises a complex set of management challenges. Participant 1 pointed out:

Team members were students, and they were working voluntarily... they were coming for 2 hours in their spare time... Since we did not have any income, I could not motivate them. At some point, I was the only one who made an effort, and unfortunately, I started to lose my motivation...

The preceding studies presented varying findings about the time spent on the projects. Carter et al. (1996), Van Gelderen, Thurik, and Bosma (2005), and Lukeš and Zouhar (2016) suggested that the time spent on the project may have an effect on the outcome status, whereas Gimeno et al. (1997) did not find that the number of hours worked influenced the eventual entrepreneurial exits. In our study, the nascent entrepreneurs spent little time on their venture projects and the participants mentioned that they disengaged from the idea in a surprisingly short time: approximately three months after receiving the grant. Founding a venture requires a considerable amount of time, which could be problematic for young social entrepreneurs who have other responsibilities to tend to. In the interviews, the participants mentioned that one of the main obstacles they encountered was balancing different responsibilities and, thus, they were unable to devote sufficient time to their ideas. Participant 1 stated:

I was a university student, and I could not handle all these responsibilities for long...

Participant 3 explained:

I was working full time in a job at that time, and it was very difficult for me to spend time on this project

Participant 13 said:

I just gave birth at that time... It was a time when I was worried about the future of my country and my family at the same time and having disrupted plans.

Several studies showed that social entrepreneurs tend to encounter financial challenges and, in order to meet their social goal, they must deal with capital constraints (Dees 1998, Urbano, Toledano, and Soriano 2010). As mentioned in the macro-level section, social entrepreneurs experience difficulties in convincing investors; they do not have the same potential to capitalise on the value they deliver, which also affects nascent entrepreneurs' perceptions of the feasibility. Participant 9 explained:

We have seen that we cannot scale this venture. The support we received could not enable us to take this business forward. It was like pushing water uphill with a rake.

Deciding on a business model is a particularly challenging task for social entrepreneurs since social ventures combine business and social goals. Social entrepreneurs need an organisational structure that is designed to deliver these dual goals. Robinson (2006) emphasised that deciding on an organisational form could present a barrier in the opportunity exploitation process. Participant 7 explained:

In fact, we struggled a lot in establishing the business and income model, which is one of the biggest problems most of the social ventures face. We talked with different companies and local governments, but that process was quite difficult.

Participant 1 stated:

Soon, I realised how utopic my idea was. I just wanted to be useful and change people's perceptions, but I did not really think about the business model. After the training program, the idea, as a business model, no longer made no sense to me, especially in Turkey.

Dees and Anderson (2003, 12) stated that 'social commitments can weaken profits in many ways'. As Participant 17 explained, nascent entrepreneurs struggle to sustain financial stability:

We encountered some difficulties in creating the business model. What we produce is actually valuable, but when we tried to turn it into a business model, we had a hard time verifying our assumptions in the field. The process was prolonged ... we could not create a structure that could reach the financial capacity to build and manage a full-time team.

Lumpkin et al. (2011) explained that social entrepreneurs should consider broader and more complex stakeholders compared with their commercial counterparts. For instance, the target group might lack the ability

to pay for the service, and beneficiaries may differ from customers (who pay for the services). The interview participants included satisfying diverse stakeholders as a challenge that is near impossible to overcome. Participant 14 noted:

We have found ourselves stuck ... when we try to satisfy the expectations of the funders, we contradict the expectations of beneficiaries, and when we try to find solutions, we contradict the rules and regulations. It is a zero-sum game.

The hybrid structure of social ventures may cause social-business tension within the organisation. Balancing social and economic missions may be the most challenging task in the social entrepreneurial process, due to its complexity. Social entrepreneurs are attempting to identify the best organisational form that reduces tensions and trade-offs between missions (Battilana and Dorado 2010). The social goal is at the core of social venture, and as Dees (1998) highlighted, the priority is to create a social impact, not wealth. However, due to financial constraints, social entrepreneurs may find themselves losing focus of the social goal (Ebrahim, Battilana, and Mair 2014). Participant 12 experienced this problem and provided the following comment:

One day, I realised that to ensure financial sustainability, we sacrificed our social impact, and this really disturbed me!

Social impact is hard to measure, and it takes time to assess the social outcomes (Renko 2013). For nascent entrepreneurs, this might be challenging since they want to be sure of the potentials of the venture. Nascent entrepreneurs who are unable to see the evidence of their social impact, even after just a short time, might lose motivation. Participant 3 reflected on this:

I started questioning the social impact. I was putting in a lot of effort, but I could not see a noticeable effect. From my view, there was no measurable effect.

Another obstacle nascent social entrepreneurs experience is their own perception of the social impact. There is an inherent belief that the value created should be a catalyst for drastic social change, or it has no value. Social entrepreneurs who want to quickly incite social change tend to experience disappointment when this does not happen. This perception of success influences the entrepreneurs' decisions. For instance, Participant 9 stated:

In my opinion, social entrepreneurship was changing the world. It was supposed to be something much bigger. As far as I have read in books, the social impact should be on a large scale. Like many social entrepreneurs in Turkey, we could not find a way to scale the impact.

In summary, on the meso level, business-model problems, insufficient revenue potential, low perceived social impact, tension between missions, and problems with team members affect social entrepreneurial disengagement.

Micro level

On the micro level, nascent entrepreneur capability, personality, and career intentions are important in understanding the decision to disengage. The availability of required resources is critical to a successful new venture creation, while an absence of resources may disrupt the process (Lofstrom et al. 2014). In resource acquisition, capabilities and skills are key factors that enable access to resources (Ucbasaran et al. 2003). In Ajzen's theory of planned behaviour, perceived behavioural control influences behavioural intention; an individual's perceived behavioural control may increase as a result of the accessed resources (Ajzen 1991). Sheeran (2002) stated that 'control factors', which can be summarised as knowledge, ability, resources, opportunity, availability, cooperation, and unexpected situations, determine the strength of intention-behaviour relations. Moreover, Arenius and Minniti (2005) stated that 'perceptual variables', including opportunity perception, confidence in one's skills and abilities, fear of failure, and connections with other entrepreneurs, all affect nascent entrepreneurs' decisions to start a venture. Individuals who believe in their capabilities and skills tend to complete the entrepreneurial start-up process. To understand the importance of necessary skills and nascent

entrepreneurs' personal perception of them, Arenius and Minniti (2005) compared individuals who perceived themselves to possess the necessary skills, with those who believed the opposite. The findings suggest that individuals who believe in their skills are 6.4 times more likely to decide to start a venture than the other group. In this study, the interview participants described the problems they encountered due to their perceived lack of capabilities and entrepreneurial skills. Participant 8 described:

As a person who knows nothing about entrepreneurship, I talked with so many entrepreneurs at that time, but unfortunately, nothing happened. This was really exhausting.

Robinson (2006) pointed out the importance of experience in overcoming entry barriers. Participant 12 noted:

I wish I had had work experience; everything would have been different.

In some cases, the participants mentioned that, since they are inexperienced, investors did not provide any real options; they perceived the investors' offers as ways to take advantage rather than to provide support. Participant 2 said:

I was listed as a finalist, and the finalists had a chance to present their ideas to a couple of investors. I also presented my idea and received a couple of investment offers. However, I did not accept any of them, because I did not think they were sensible options. I felt there was an attitude like, 'let's support these "kids" who try to stand on their feet', but they were also trying to take advantage of our lack of experience. I did not feel like it was a real option, and I decided not to take the deal.

Most of the available grant programs support young social entrepreneurs through financial rewards and by provide training programs. Through these workshops, young social entrepreneurs may, for the first time, be faced with the difficulties of realising the project. Thus, the nascent entrepreneurs' confidence regarding the feasibility of the opportunity may change. Dimov (2010, 1127) pointed out that during the acquisition of information, nascent entrepreneurs' beliefs about the opportunity may be 'challenged or weakened whereby they face increasing signals that the opportunity at hand is not viable or that they are not properly skilled to exploit it'.

Another important asset is social capital, a variable that can contribute significantly to the success of social ventures (Sharir and Lerner 2006). Social capital refers to the individual's ability to benefit from their networks. In the literature, social networks are shown to be critical resources for entrepreneurs to overcome difficulties. Robinson (2006) considered a lack of access to networks to be a huge entry barrier for nascent entrepreneurs. Generally, young social entrepreneurs who intend to start a social venture find that they struggle to access these networks. Participant 11 commented:

It is almost impossible to access some networks in both civil and public spheres... They perceived us as merely a group of young people and did not want to cooperate with us... They even hid information from us, and there was no rational explanation for their behaviour.

Personality traits are important in the entrepreneurial process. Self-efficacy denotes the belief in one's own ability and capability to perform a certain task (Bandura 1991). It is a key factor affecting the decision of whether to continue the entrepreneurial process (Zhao et al. 2005). Participant 3 stated:

Frankly, I was discouraged... what they [investors] were expecting is certain, and it was obvious that I could not give it to them. It might have been totally different if I took the plunge, but I could not show that courage, I could not be so vicious. I could not get out of my comfort zone.

Fear of failure and risk attitudes have a negative impact on continuing the entrepreneurial process, and these personality traits may cause delays (Arenius and Minniti 2005; Caliendo, Fossen, and Kritikos 2009). Participant 18 said:

I was not ambitious enough to make it. Since I am a civil servant's child, our family receives a certain amount of money on the 15th of the month, and you spend that money for a month. I have never had an entrepreneurial mindset... I do not like to take risks.

Austin, Stevenson, and Wei-Skillern (2006) stated that motivation or mission is a critical antecedent to distinguish social entrepreneurs from their commercial counterparts. Similarly, total dedication is an important variable to understanding the difference between entrepreneurs who bring ideas to fruition, and those who disengage. The interview participants explained that their main reason for starting the process was the prospect of helping people and that they did not really consider it as a profession (Bhide 1999). In Participant 8's words:

At that time, I did not know exactly whether I wanted to be a social entrepreneur or not. I wanted to help people... this project had been a thing that fell into my lap... you do not know exactly what you are committing to.

The participants indicated that, due to the macro- and meso-level factors, financial returns are often low in social ventures; thus, they preferred to pursue alternative opportunities. Participant 9 elaborated:

I actually thought a lot about continuing my career in this field... I questioned how much I could improve myself in this field, how many different things I could learn in the short term, and I was not sure... Frankly, there was an enormous financial difference between getting a job in the private sector and working in civil society.

The participants explained their perceptions of social entrepreneurship as a career. Kibler et al. (2019) stated that pro-social motivation may harm entrepreneurs' subjective well-being, and participants lifted the same issue, explaining that social entrepreneurship is a highly demanding occupation. Participant 1 expounded:

A social entrepreneurial career is not office work; it is not something that you work on from 9 to 5, you have to give your all. I was not in that mentality and not that ambitious. I think this process is explained incompletely to young people. It is always said that successful social entrepreneurs changed the world, but it is not said how painful it is.

Participant 12 indicated:

In my opinion, when you fail, you should admit it. You should know when to exit, and I think people should not blindly fall in love with their ventures... The biggest mistake is putting the venture at the centre of your life. Unfortunately, social entrepreneurs make this mistake a lot, and the business becomes the identity of the individuals who work in this area. There is a tendency to sacrifice. I also struggled a lot.

Participant 8 said:

I think the media misleads young people. In fact, although most social entrepreneurs cannot make money, they give a news interview every month. This causes them to feel as if they were successful. At the end of the day, you should think about how much money you made that month.

In summary, on the micro level, a lack of management experience, difficulties in reaching networks, low self-confidence, risk aversion, and different career intentions affect social entrepreneurial disengagement.

5. DISCUSSION AND CONCLUSION

Social entrepreneurs try to solve problems that governments cannot or will not tackle. Due to their essential roles in societies, it is crucial to have organisations that motivate and support social entrepreneurs. Various recognition programs have sought to encourage the younger generation to pursue social entrepreneurship, and these organisations publicise their activities by marketing the number of individuals awarded each year. However, the social entrepreneurship process is not limited to idea generation; founding a venture comprises a complex set of activities. Having a great idea is not enough; even great ideas may not transition into realised

businesses. In order to effectively support nascent social entrepreneurs, the struggles they face in the venture formation process, and their reasons for disengagement from their ideas, need to be recognised and understood.

Limited research has been conducted on the topic of social entrepreneurial disengagement and exits. Therefore, this study aimed to gain a better understanding of the factors and the reasons for potential social entrepreneurial disengagement. While the problems encountered may influence the decision to exit, even social entrepreneurs who succeed in founding their ventures admitted to having encountered several of these problems. Hence, rather than focusing on the number of obstacles, it is more beneficial to understand how different individuals perceive these obstacles.

This study is a humble step towards understanding social entrepreneurial disengagement and revealing the similarities and differences with commercial entrepreneurs. While previous studies focused on commercial entrepreneurs' experiences of disengagement, this study contributes to the literature by focusing on nascent social entrepreneurs. It can be concluded that the dual mission of social entrepreneurs also leads to dual challenges. There are substantial similarities with the findings of the studies that focus on the reasons for the commercial entrepreneurs' disengagement. As observed in commercial entrepreneurs, low economic performance, difficulties in acquiring resources, entrepreneur's personality traits (for instance, risk aversion), capabilities, and prior experience were also mentioned by nascent social entrepreneurs. However, social entrepreneurs also face obstacles related to their social mission. Several studies highlighted the importance of the social mission of social entrepreneurs. Hietschold and Voegtlin (2021) stated compared to their commercial counterparts, social entrepreneurs are persistent to follow their ideas 'despite the success of their ventures' (p.1). However, our findings show that young social entrepreneurs also consider the success of the venture during their decision to disengagement. In our study, not realizing the social impact at the desired level is mentioned as one of the reasons for the decision not to continue. Difficulties in measuring social impact objectively is another problem faced by young social entrepreneurs. This problem leads to subjective evaluation of social impact. Therefore, problems encountered in other areas such as difficulty in convincing stakeholders, may cause questioning the social value created. It can be predicted that nascent social entrepreneurs who do not have any prior experience in entrepreneurship might be more affected by the criticism about their ventures. At this point, it is seen that different stakeholders can evaluate the success of the social enterprise on different criteria. The lack of a legal structure specific to social entrepreneurship, which is mentioned at the macro level, also contributes to this problem. This challenge causes social entrepreneurs to choose one of the legal structures (commercial business or NGO) that may cause them to choose one of their dual goals over another. This analysis portrays a complex array of obstacles that lead to nascent social entrepreneurs' decision to terminate the process. The findings indicate that multi-level factors affect this decision. Meso-level factors are associated with macro-level factors and can influence and be influenced by micro-level factors. Furthermore, factors at one level can influence obstacles on another level. Our findings show that, in some situations, the lack of legal status specific to social ventures pushes nascent entrepreneurs to start non-profit organisations, which limits their financial returns.

The limitations of this study are important to address. First, the sample size is small, and it is not possible to generalise the findings. Therefore, future research should focus on larger sample sizes. Second, this study is regionally limited, as it was conducted in Turkey; future studies focused on other regions will increase the understanding of contextual differences. Third, longitudinal studies that follow the entrepreneurs from the birth of their idea will provide a clearer picture of other possible reasons for social entrepreneurial disengagement and exit.

Finally, numerous organizations aim to encourage and support young generation to become social entrepreneurs. Awards may be an attractive tool to motivate these individuals however it is not enough to encourage them to commit their ideas. Nascent entrepreneurs face numerous struggles in the venture formation process. Based on the results of this study it can be suggested that support organizations should be aware of the factors that may cause nascent social entrepreneurial disengagement to endorse such efforts.

REFERENCES

- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Aldrich, H. E., & Fiol, C. M. (1994). "Fools Rush In? The Institutional Context of Industry Creation", *Academy of Management Review*, 19(4): 645–670.
- Aldrich, H. E., Carter, N. M., & Ruef, M. (2004). Teams. In W. B. Gartner, K. G. Shaver, N. M. Carter, & P. D. Reynolds (Eds.), *Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Business Creation* (pp. 299–310). Thousand Oakes: Sage.
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). "Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship", *Small Business Economics*, 24(3), 233-247.
- Austin, J., H. Stevenson, and J. Wei-Skillern. (2006). "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (1): 1-22.
- Bamford, C. E., Bruton, G. D., & Hinson, Y. L. (2006). "Founder/Chief Executive Officer Exit: A Social Capital Perspective of New Ventures", *Journal of Small Business Management*, 44(2), 207-220.
- Bandura, A. (1991). "Social Cognitive Theory of Self-Regulation", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 248-287.
- Battilana, J., & Dorado, S. (2010). "Building Sustainable Hybrid Organizations: The Case of Commercial Microfinance Organizations", *Academy of Management Journal*, 53(6), 1419-1440.
- Becker, M., T. Knudsen, and R. Swedberg, Eds. (2011). *The Entrepreneur: Classic Texts by Joseph A. Schumpeter*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Bhide, A. (1999). *How Entrepreneurs Craft Strategies That Work*. Harvard Business Review on Entrepreneurship, Harvard Business School Press.
- Busenitz, L. W., Gomez, C., & Spencer, J. W. (2000). "Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena", *Academy of Management Journal*, 43(5), 994-1003.
- Busenitz, L. W., & Lau, C. M. (1996). "A Cross-Cultural Cognitive Model of New Venture Creation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(4), 25-40.
- Cardon, M.S., Zietsma, C., Saporito, P., Matherne, B.P., Davis, C. (2005). "A Tale of Passion: New Insights into Entrepreneurship from A Parenthood Metaphor", *Journal of Business Venturing*, 20 (1), 23–45.
- Caliendo, M., Fossen, F. M., & Kritikos, A. S. (2009). "Risk Attitudes of Nascent Entrepreneurs—New Evidence from An Experimentally Validated Survey", *Small Business Economics*, 32(2), 153-167.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., & Reynolds, P. D. (1996). "Exploring Start-Up Event Sequences", *Journal of Business Venturing*, 11(3), 151-166.
- Cooper, A.C., and A.V. Bruno. (1997). "Success Among High-Technology Firms", *Business Horizon*, 20 (2), pp. 16-28
- Dacin, P. A., Dacin, M. T., & Matear, M. (2010). "Social Entrepreneurship: Why We Don't Need A New Theory and How We Move Forward From Here", *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 37-57.
- Davidsson, P., & Gordon, S. R. (2012). "Panel Studies of New Venture Creation: A Methods-Focused Review and Suggestions for Future Research", *Small Business Economics*, 39(4), 853-876.
- Davidsson, P. and Honig, B. (2003). "The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs", *Journal of Business Venturing*, 18(3):pp. 301-331.
- De Carolis, D. M., Litzky, B. E., & Eddleston, K. A. (2009). "Why Networks Enhance the Progress of New Venture Creation: The Influence of Social Capital and Cognition", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 527-545.
- Dees, J. G. (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurship*, Stanford University: Draft Report for the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Dees, J. G., & Anderson, B. B. (2003). "For-Profit Social Ventures", *International Journal of Entrepreneurship Education*, 2(1), 1-26.

- Delmar, F., & Shane, S. (2006). "Does Experience Matter? The Effect of Founding Team Experience on The Survival and Sales of Newly Founded Ventures", *Strategic Organization*, 4(3), 215-247.
- DeTienne, D. R. (2010). "Entrepreneurial Exit as A Critical Component of The Entrepreneurial Process: Theoretical Development", *Journal of Business Venturing*, 25(2), 203-215.
- DeTienne, D. R., & Wennberg, K. (2015). *Research Handbook of Entrepreneurial Exit*. Edward Elgar Publishing.
- Dimov, D. (2010). "Nascent Entrepreneurs and Venture Emergence: Opportunity Confidence, Human Capital, and Early Planning", *Journal of Management Studies*, 47(6), 1123-1153.
- Dufays, F., and Huybrechts, B. (2017). Entrepreneurial teams in social entrepreneurship: when team heterogeneity facilitates organizational hybridity. In *Research Handbook on Entrepreneurial Teams*. Edward Elgar Publishing.
- Ebrahim, A., Battilana, J., and Mair, J. (2014). "The Governance of Social Enterprises: Mission Drift and Accountability Challenges in Hybrid Organizations", *Research in Organizational Behavior*, 34, 81-100.
- Ferri, E., and Urbano, D. (2010). Environmental factors and social entrepreneurship, Working Papers 1003, Departament Empresa, Universitat Autònoma de Barcelona, revised Sep 2010.
- Francis, D. H., and Sandberg, W. R. (2000). "Friendship within Entrepreneurial Teams and Its Association with Team and Venture Performance", *Entrepreneurship Theory & Practice*, 25(2): 5-26.
- Gimeno, J., Folta, T. B., Cooper, A. C., & Woo, C. Y. (1997). "Survival of the Fittest? Entrepreneurial Human Capital and The Persistence of Underperforming Firms", *Administrative Science Quarterly*, 750-783.
- Gioia, D. A., Corley, K. G., & Hamilton, A. L. (2012). "Organizational Research", *Organizational Research Methods*, 16(1), 15-31.
- Hechavarria, D. M., Renko, M., & Matthews, C. H. (2012). "The Nascent Entrepreneurship Hub: Goals, Entrepreneurial Self-Efficacy and Start-Up Outcomes", *Small Business Economics*, 39(3), 685-701.
- Hietschold, N., & Voegtlin, C. (2021). "Blinded by a Social Cause? Differences in Cognitive Biases Between Social and Commercial Entrepreneurs", *Journal of Social Entrepreneurship*, 1-23.
- Hurst, E., & Lusardi, A. (2004). "Liquidity Constraints, Household Wealth, and Entrepreneurship", *Journal of Political Economy*, 112(2), 319-347.
- Kibler, E., Wincent, J., Kautonen, T., Cacciotti, G., & Obschonka, M. (2019). "Can Prosocial Motivation Harm Entrepreneurs' Subjective Well-Being?", *Journal of Business Venturing*, 34(4), 608-624.
- Kollmann, T., Stöckmann, C., & Kensbock, J. M. (2017). "Fear of Failure As a Mediator of The Relationship Between Obstacles and Nascent Entrepreneurial Activity—An Experimental Approach", *Journal of Business Venturing*, 32(3), 280-301.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). "Competing Models of Entrepreneurial Intentions", *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Lazarus, R. S. (1991). "Cognition and Motivation in Emotion", *American Psychologist*, 46(4), 352.
- Lofstrom, M., T. Bates, and S. C. Parker. (2014). "Why are Some People More Likely to Become Small-Businesses Owners Than Others: Entrepreneurship Entry and Industry-Specific Barriers", *Journal of Business Venturing*, 29 (2): 232-251.
- Lukeš, M., & Zouhar, J. (2016). "The Causes of Early-Stage Entrepreneurial Discontinuance", *Prague Economic Papers*, 25(1), 19-36.
- Lumpkin, G., T. Moss, D. Gras, S. Kato, and A. Amezcua. (2011). "Entrepreneurial Processes in Social Contexts: How are They Different, If at All?", *Small Business Economics*, 40 (3): 761-783.
- Maertz Jr, C. P., & Campion, M. A. (2004). "Profiles in Quitting: Integrating Process and Content Turnover Theory", *Academy of Management Journal*, 47(4), 566-582.
- Menzies, T. V., Diochon, M., Gasse, Y., & Elgie, S. (2006). "A Longitudinal Study of The Characteristics, Business Creation Process and Outcome Differences of Canadian Female Vs. Male Nascent Entrepreneurs", *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(4), 441-453.

- Mergemeier, L., Moser, J., & Flatten, T. C. (2018). "The Influence of Multiple Constraints Along the Venture Creation Process and On Start-Up Intention in Nascent Entrepreneurship", *Entrepreneurship & Regional Development*, 30(7-8), 848-876.
- Munoz, P., & Cacciotti, G. (2014). "Understanding Failure and Exit in Social Entrepreneurship: A Protocol Analysis of Coping Strategies", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 34(18), 1.
- Newth, J., & Woods, C. (2014). "Resistance to Social Entrepreneurship: How Context Shapes Innovation", *Journal of Social Entrepreneurship*, 5(2), 192-213.
- Nicholls, A. (2010). "The Legitimacy of Social Entrepreneurship: Reflexive Isomorphism in a Pre-paradigmatic Field", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34 (4): 611–633
- Parker, S. C., & Belghitar, Y. (2006). "What Happens to Nascent Entrepreneurs? An Econometric Analysis of the PSED", *Small Business Economics*, 27(1), 81-101.
- Piva, E., & Rossi-Lamastra, C. (2017). "Should I Sell My Shares to An External Buyer? The Role of The Entrepreneurial Team in Entrepreneurial Exit", *International Small Business Journal*, 35(6), 767-784.
- Renko, M. (2013). "Early Challenges of Nascent Social Entrepreneurs", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(5), 1045-1069.
- Robinson, J. (2006). Navigating social and institutional barriers to markets: How social entrepreneurs identify and evaluate opportunities. In *Social entrepreneurship* (pp. 95-120). Palgrave Macmillan, London.
- Saebi, T., Foss, N. J., and Linder, S. (2019). "Social Entrepreneurship Research: Past Achievements and Future Promises", *Journal of Management*, 45(1), 70-95.
- Sequeira, J., Mueller, S. L., and McGee, J. E. (2007). "The Influence of Social Ties and Self-Efficacy In Forming Entrepreneurial Intentions Aad Motivating Nascent Behavior", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(03), 275-293.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). "The Social Dimensions of Entrepreneurship", *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.
- Sharir, M., & Lerner, M. (2006). "Gauging The Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs", *Journal of World Business*, 41(1), 6-20.
- Sheeran, P. (2002). "Intention—Behavior Relations: A Conceptual and Empirical Review", *European Review of Social Psychology*, 12(1), 1-36.
- Smith, C. A., & Lazarus, R. S. (1993). "Appraisal Components, Core Relational Themes, and the Emotions", *Cognition & Emotion*, 7(3-4), 233-269.
- Steffens, P., Terjesen, S., & Davidsson, P. (2012). "Birds of a Feather Get Lost Together: New Venture Team Composition and Performance", *Small Business Economics*, 39(3), 727-743.
- Sullivan, D. M. (2007). "Stimulating Social Entrepreneurship: Can Support from Cities Make a Difference?", *Academy of Management Perspectives*, Vol 21, No:1, 77-78.
- Timmons, J. A. (1990). *New venture creation: Entrepreneurship in the 1990s*. Boston: Irwin.
- Townsend, D. M., & Hart, T. A. (2008). "Perceived Institutional Ambiguity and The Choice of Organizational Form in Social Entrepreneurial Ventures", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), 685-700.
- Triandis, H. C. (1980). "Reflections on Trends in Cross-Cultural Research", *Journal of Cross-cultural Psychology*, 11(1), 35-58.
- Ucbasaran, D., M. Wright and P. Westhead (2003), "Longitudinal Study of Habitual Entrepreneurs: Starters and Acquirers", *Entrepreneurship & Regional Development*, 15(3), 207–28.
- Urbano, D., Toledano, N., & Soriano, D. R. (2010). "Analyzing Social Entrepreneurship From An Institutional Perspective: Evidence From Spain", *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 54-69.
- Van Gelderen, M., Thurik, R., & Bosma, N. (2005). "Success and Risk Factors in The Pre-Startup Phase", *Small Business Economics*, 24(4), 365-380.
- Van Gelderen, M., Thurik, R., & Patel, P. (2011). "Encountered Problems and Outcome Status in Nascent Entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, 49(1), 71-91.

- Van Stel, A., Storey, D. J., & Thurik, A. R. (2007). "The Effect of Business Regulations on Nascent and Young Business Entrepreneurship", *Small Business Economics*, 28(2-3), 171-186.
- Wasserman, N. (2008). "The Founder's Dilemma", *Harvard Business Review*, 86(2), 102-109.
- Weinzimmer, L.G. (1997). "Top Management Team Correlates of Organizational Growth in A Small Business Context: A Comparative Study", *Journal of Small Business Management*, 35, pp. 1-9
- Wennberg, K., Wiklund, J., DeTienne, D. R., & Cardon, M. S. (2010). "Reconceptualizing Entrepreneurial Exit: Divergent Exit Routes and Their Drivers", *Journal of Business Venturing*, 25(4), 361-375.
- Yusuf, J. E. (2012). "A Tale of Two Exits: Nascent Entrepreneur Learning Activities and Disengagement from Start-Up", *Small Business Economics*, 39(3), 783-799.
- Zahra, S. A., & Wright, M. (2011). "Entrepreneurship's Next Act", *Academy of Management Perspectives*, 25(4), 67-83.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). "The Mediating Role of Self-Efficacy in The Development of Entrepreneurial Intentions", *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Evren, S. (2021). "Türk Sinemasında Uludağ İmajı: Uludağ'da Çekilen Türk Filmlerinin İçerik Analizi", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 289-302.

TÜRK SİNEMASINDA ULUDAĞ İMAJI: ULUDAĞ'DA ÇEKİLEN TÜRK FİLMLERİNİN İÇERİK ANALİZİ

Savaş EVREN*

Öz

Bu çalışma, Türkiye'nin en önemli film turizmi destinasyonlarından biri olan Uludağ'ın Türk Sinemasından yansıyan imajını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla yapılan taramalar neticesinde ilki 1955 yılında, sonuncusu 1988 yılında çekilen toplam 34 film tespit edilmiştir. Nicel içerik analizi tekniğinin kullanıldığı çalışmada, öncelikle filmlerin ön incelemesi gerçekleştirilmiştir. Bu incelemeler neticesinde 34 filmde sadece 30'unun Uludağ imajını yansıtmada yeterli olduğu görülmüştür. Bu kapsamda, filmlerin genel özelliklerinin tespitinde 34 filmin tamamı incelenirken; 1-0 tekniğiyle yapılan Uludağ imajı incelemelerinde 29 film değerlendirilmiştir (bir filme ulaşılamamıştır). Genel özellikler çerçevesinde; filmlerin büyük çoğunluğunun (%79.4) melodram ve dram türlerinde çekildiği ve pek çok önemli oyuncunun bu filmlerde rol aldığı tespit edilmiştir. Destinasyon imajı kapsamında ise "doğal manzara", "turizm üstyapısı", "romantizm", "üst sınıf destinasyonu", "gece eğlencesi", "hizmet kalitesi" ve "çapkınlık" gibi maddeler öne çıkmıştır. Çalışmada ayrıca filmlerden yansıyan destinasyon imajının günümüzde halen varlığını koruyup korumadığını belirlemek amacıyla, Uludağ imajına ilişkin son yıllarda yayımlanan araştırmaların bulguları incelenmiştir. Bu kapsamda, filmlerden yansıyan imajın günümüzde büyük ölçüde varlığını koruduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Film Turizmi, Destinasyon İmajı, Uludağ, Türk Filmleri, İçerik Analizi.*

ULUDAĞ IMAGE IN TURKISH CINEMA: CONTENT ANALYSIS OF TURKISH FILMS MADE IN ULUDAĞ

Abstract

This study was conducted to reveal the destination image of Uludağ which is one of the most important film tourism destinations in Turkey reflecting from Turkish Cinema. As a result of the searches made for this purpose, a total of 34 films, the first of which was shot in 1955, and the last in 1988, were determined. In the study, in which the quantitative content analysis technique was used, firstly the films were pre-examined. As a result of this examination, it was seen that only 30 of 34 films were sufficient to reflect the Uludağ image. In this context, while all 34 films were examined in determining the general characteristics of the films; 29 films were evaluated in the Uludağ image examinations made with the 1-0 technique (one film was not able to be reached). Within the framework of general features; it was determined that the majority of the films (79.4%) were shot in melodrama and drama genres and that many important actors took part in these films. Within the scope of the destination image, items such as "natural scenery", "tourism superstructure", "romance", "upper-class's destination", "night entertainment", "service quality" and "flirtatiousness" became prominent. In the study, in order to determine whether the destination image reflected from the films still exists today, the findings of the studies published on Uludağ image in recent years were also examined. In this context, it has been observed that the image reflected from the films continues to exist to a great extent today.

Keywords: *Film Tourism, Destination Image, Uludağ, Turkish Movies, Content Analysis.*

*Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, GÜMÜŞHANE.
e-posta: savasevren@gumushane.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-4558-9720>)

1. GİRİŞ

“Uludağ, burcu burcu özgürlük kokar. Zirvesi bir başka dünyadır. Oraya tırmanırken kötülüklerden sıyrıldığını, ruhunun arındığını, yüceltiğini duyarsın. Burada insan Tanrıya yakındır, ona seslense sesini duyar, yalvarsa belki de tüm günahlarını bağışlar. Burada zaman durur; tüm dertler, acılar, her şey unutulur. Bu, öyle bir mutluluktur ki, her anı sonsuzluğa dek sürer.”

Soyguncular Filmi-Erol (Ediz Hun)

Uludağ, Türkiye’de henüz deniz-kum-güneş turizminin dahi gelişmediği 1930’lu yıllarda, yeni kurulan Cumhuriyetin modern Batı dünyasını örnek alma projelerinden biri olarak kurulmuş, ülkenin ilk kış turizmi destinasyonudur. 1930’lu ve 1940’lu yıllarda sınırlı sayıda kış sporları meraklısını ağırlayan Uludağ, 1950’lerin ortalarından itibaren ulaşım imkanları ve basit lift sistemlerinin gelişmesiyle, özellikle İstanbul pazarında varlığını hissettirmeye başlamıştır. 1960’lı yıllardan itibaren ise Uludağ, Türkiye’nin en önemli turizm destinasyonlarından biri haline gelmiştir (Evren ve Güldemir, 2016; İnal, 2019).

Uludağ’ın hızla büyümesi ve Batı dünyasının modern alışkanlıklarından biri olan kayağın Türkiye üst sınıfını etkisi altına alması, özellikle 1970’li yıllarda çekilen Türk filmlerine de yansımıştır. Yeşilçam tarihine kazınan filmlerde ana karakterlerin yolu bir şekilde Uludağ’a düşmeye başlamış ve zamanla Türk filmlerinde, kısa süreliğine de olsa, Uludağ tatillerine yer verme alışkanlığı gelişmiştir. Filiz Akın, Türkan Şoray, Hülya Koçyiğit, Fatma Girik, Ayhan Işık, Kadir İnanır, Tarık Akan, Ediz Hun, Cüneyt Arkın, Kartal Tibet gibi Türk sinema tarihinin önemli isimleri Uludağ’daki tatil sahneleriyle seyircinin zihninde yer edinmişlerdir (Evren, 2020). Bu filmlerden bazılarında Uludağ’a çok kısa süre ayrılırken, bazılarında Uludağ manzaraları filmin büyük bölümünü oluşturmuştur. Bazı filmler gişede ve TV ekranlarında büyük başarılar yakalayıp sinema tarihine geçerken; bazılarının etki düzeyi sınırlı kalmıştır. Ancak her birinin yıllar boyunca oluşan Uludağ imajına katkısı olduğu da bir gerçektir.

Son yıllarda filmlerin/dizilerin destinasyonlar üzerindeki etkilerinden hareketle gelişen “film turizmi” olgusu literatürde önemli yer edinmiş, gerek Türkiye’de gerekse diğer ülkelerde film turizmi temalı çok sayıda araştırma yayımlanmıştır (örneğin; Law vd., 2007; Yılmaz ve Yolal, 2008; Buchmann vd., 2010; Saltık vd., 2010; Akdu ve Akın, 2016). Ancak Türkiye’nin en eski film turizmi destinasyonlarından biri olan Uludağ’da çekilen filmlere ilişkin akademik ilgi oldukça zayıftır. Evren’in (2020) *Karlı Dağdaki Ateş* filminin göstergebilimsel incelemesini yaptığı çalışma dışında bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu noktadan hareketle, çalışmada Uludağ’da çekilen tüm filmlerin incelenmesi hedeflenmiştir. Nicel içerik analiziyle yapılan incelemeler neticesinde Uludağ’da çekilen filmlerden yansıtılan destinasyon imajının tespit edilmesi ve bu tespitin Uludağ imajına ilişkin güncel araştırmaların bulgularıyla birlikte ele alınıp genel çıkarımlarda bulunulması amaçlanmıştır. Çalışmanın Uludağ’da çekilen tüm filmleri, destinasyon imajı olgusu kapsamında ele alan ilk çalışma olmasından dolayı literatüre katkısı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca çalışmanın, Uludağ’ın destinasyon yöneticilerine sunduğu önerilerle, sektörel katkısının olacağı da ifade edilebilir.

2. LİTERATÜR

2. 1. Sinema ve Turizm İlişkisi

Sinema ile turizm arasında oldukça güçlü bir ilişki vardır. Turizm sektörü sinemadan, sinema sektörü de turizmden (özellikle seyahat olgusundan) büyük ölçüde etkilenmektedir. Turizm sektörünün film ve dizilerden etkilenmesiyle ilgili olarak literatüre “film turizmi” veya “film etkili turizm” şeklinde bir kavram yerleşmiştir. Bu kavram genel olarak, insanların izledikleri filmlerden/dizilerden etkilenip, ilgili filmlerde/dizilerde gördükleri destinasyonları ve/veya turizm işletmelerini ziyaret etmelerini ifade etmektedir (Beeton, 2008). Literatür incelendiğinde; “film turizmi” kapsamında önemli sayıda araştırma yayımlandığı görülmektedir. Bu araştırmalar genel olarak; filmlerde/dizilerde yaratılan olumlu destinasyon imajının insanların ziyaret eğilimlerini olumlu bir şekilde etkilediğine işaret etmektedir (Law vd., 2007; Şahbaz ve Kılıçlar, 2009; Saltık vd., 2010; Kim, 2012a; Tkalec vd., 2017). Öte yandan, bazı çalışmalar filmlerden yansıtılan olumsuz destinasyon imajının negatif etkilerine değinmektedir. Bu kapsamda en bilinen örneklerden biri *Gece Yarısı Ekspresi* filminin Türkiye üzerindeki olumsuz etkileridir (Yanmaz, 2011).

Filmlerin çekildiği destinasyonlar üzerinde genellikle olumlu etkiler yarattığı bir gerçektir. Fakat her filmin ilgili destinasyona yönelik turist talebini arttırdığını söylemek pek mümkün değildir. Hudson ve Ritchie (2006: 390), filmlerin/dizilerin destinasyona turist akışını etkilemesi için bazı film temelli başarı faktörlerinin gerçekleşmesi gerektiğini ifade etmektedir. Yazarlara göre bu faktörler; “filmin/dizinin izlenme sayılarında yakaladığı başarı, hangi destinasyonda çekildiğinin net olarak anlaşılması, ilgili destinasyonun ulaşılabilir ve bozulmamış olması, turistin keşif isteğini harekete geçirmesi, duygusal yakınlık yaşatması, hikayenin destinasyonla bağının güçlü olması, filmin/dizinin gösterimde uzun süre kalması” şeklindedir. Bu bağlamda, sinema-turizm ilişkisinin başarıya ulaşması için hem destinasyonun kendi çekiciliğinin yüksek olması hem de destinasyonda çekilen filmin çekici olması gerekmektedir. Filmlerin turizm üzerindeki etkisi açısından bir diğer önemli husus ise gerçekte çekim yapılan mekânlar ile yansıtılan destinasyonlar arasındaki uyumdur. Zira bazen filmlerde destinasyonlar olduğundan çok farklı gösterilebilmekte, dahası filmin tamamının veya bir bölümünün farklı bir destinasyonda çekildiği izlenimi yaratılabilmektedir. Böyle durumlarda, filmlerin turizm üzerindeki etkisi tartışmalı hale gelmektedir. Örneğin *Cesur Yürek* (1995) filmi, sahnelerinin önemli bir kısmı İrlanda’da çekilmiş olmasına rağmen, hikayedeki destinasyon olan İskoçya’ya büyük turistik ilgi yaratmıştır. Tam tersi bir örnek olarak, *Son Samuray* (2003) filminde, orijinal hikaye Japonya’daki Fuji Dağı’nda geçmesine rağmen, turistlerin ilgisi filmin çekimlerinin yapıldığı Yeni Zelanda’daki Taranaki Dağı’na yönelmiştir (Rahman vd., 2019: 90). Bu filmler, gerçekte yansıtılan arasında farklılar olsa da, gışede önemli başarılar yakalayıp turist sayılarında artış sağlamışlardır. Ancak filmlerin gerçeklikle bağı koştukça, turistlerde karşılanamayan beklentiler, hayal kırıklıkları ve kafa karışıklıkları yaratacakları da bir gerçektir (Bolan ve Williams, 2008: 386-387). Türkiye’den güncel bir örnek vermek gerekirse, *Skyfall* (2012) filminde Adana’da bulunan Varda Köprüsü İstanbul sekanslarının içinde gösterilerek, bu köprü’nün İstanbul’da olduğu izlenimi yaratılmıştır. Filmden etkilenip İstanbul’u ziyaret eden bir kişinin filmdeki köprüyü görmek istediğinde yaşayacağı hayal kırıklığı, film turizmi açısından önemli bir sorun olarak görülebilir.

Filmlerin/dizilerin nerede çekileceği, sinema sektörünün paydaşlarının kararlarıyla belirlenmektedir. Bu kapsamda, filmlerin destinasyon pazarlama aracı olarak kullanılması söz konusu olduğunda, destinasyon yönetiminin etki düzeyi oldukça düşüktür. Ancak filmlerin/dizilerin destinasyon pazarlamadaki etkileri anlaşıldıkça bazı destinasyon yöneticilerinin sinema sektörü paydaşları üzerinde etki yaratarak, dizilerin/filmlerin kendi destinasyonlarında çekilmesini sağlamaya çalıştıkları ve işbirlikleri geliştirdikleri görülmektedir. Bu işbirlikleri, film turizminin planlı bir şekilde geliştirilmesi açısından önem arz etmektedir (Hudson, 2011; Grihault, 2003). Bu kapsamda, Bahamalar, Kanada, Malta, Britanya, Kansas ve Singapur destinasyonları önemli örneklerdir. Britanya’nın destinasyon yönetim örgütü olan VisitBritain, Bollywood yapımcılarını Britanya’ya çekmek için Hindistan’da girişimlerde bulunmuş ve önemli başarılar elde etmiştir. Benzer şekilde; Kansas ve Singapur’daki destinasyon yönetim örgütleri milyonlarca dolar harcayarak film yapımcılarını destinasyonlarına çekmeyi başarmıştır. Öte yandan, Bahamalar ve Kanada’da turizm sektörünün öncüleri, film yapımcılarını etkilemek için dünya çapında hizmet veren bir hakla ilişkiler şirketi olan Weber Shandwick ile birlikte çalışmışlardır. Malta’da ise destinasyon yönetim örgütü (The Malta Tourism Authority), film yapımcılarını, peşin ödeme ve lojistik desteği dahil, pek çok konuda desteklemektedir. Örgüt ayrıca Malta Film Komisyonu’yla da işbirliği yapıp basın turları düzenleyerek “sinema destinasyonu” ve “film dostu destinasyon” imajı yaratma girişimlerinde bulunmaktadır (Hudson ve Ritchie, 2006; Hudson, 2011).

Filmlerin/dizilerin destinasyon pazarlamasındaki en önemli avantajlarından biri, yarattıkları olumlu etkilerin uzun süre devam etmesidir. Bu kapsamda, belirli bir dönemde çekilen filmlerin/dizilerin etkilerinin yıllar sonrasına da yansıdığı, ilgili destinasyona nostaljik ziyaretler yarattığı ifade edilebilir (Hudson ve Ritchie, 2006). Destinasyonu çekici bir şekilde beyaz perdeye yansıtan eski bir filmi izleyen seyirci, sahnelerdeki görüntülerden etkilenip ilgili destinasyonu ziyaret etmek isteyebilmektedir (Evren, 2020). Örneğin 2002-2003 yılları arasında yayınlanan ve Türkiye’de film/dizi turizmi açısından en önemli yapımlardan biri olarak değerlendirilen Asmalı Konak dizisi, yayından kaldırılalı 18 yıl geçmiş olmasına rağmen, Kapadokya ziyaretlerini eskisi kadar olmasa da halen etkileyebilmektedir (Güngör ve Uysal, 2019). Benzer şekilde, 2006-2008 yılları arasında Midyat’ta çekilen Sıla dizisinde kullanılan konağın ziyaretçilerin ilgisini çekmeye devam ettiği bilinmektedir. Diziler gibi filmlerin de uzun süreli etkileri olduğu ifade edilebilir. Bu kapsamda, Türkiye’de herkesin defalarca izlediği Yeşilçam filmleri önemli birer örnek olabilir. Halen ana akım TV kanalları dâhil pek çok kanalda gösterilen bu filmler, insanları etkilemektedir. Çalışmada incelenen Uludağ destinasyonu da uzun yıllar boyunca Yeşilçam filmlerinde ana

karakterlerin tatil mekanlarından biri olmuştur. Bu kapsamda, Uludağ filmlerinin de, yıllar önce çekilmiş olsalar bile, destinasyona yönelik ziyaretleri etkileyebilecekleri ifade edilebilir.

2. 2. Uludağ'ın Destinasyon İmajı

Turizm literatürünün üzerinde en fazla durduğu olgulardan biri olan destinasyon imajı, bir bölgeyle ilgili insanların zihninde oluşan bilişsel ve duygusal izlenimlerin ve değerlendirmelerin toplamıdır (Baloğlu ve McCleary, 1999; Beerli ve Martin, 2004). İnsanların bir destinasyonun işlevsel özellikleriyle ilgili (fiziksel çekicilikler gibi) çeşitli kaynaklardan elde ettikleri bilgiler veya bir destinasyonda yaşadıkları deneyimlerle elde ettikleri izlenimler ve ilgili destinasyona yönelik duygusal yaklaşımları sonucunda oluşan genel izlenimler, destinasyonun imajını oluşturmaktadır (Andersen vd., 2018). Beerli ve Martin'e (2004) göre, bir destinasyonun imajı birincil ve ikincil kaynaklardan elde edilen bilgiler doğrultusunda, kişisel faktörlerin etkisi altında oluşmaktadır. Birincil bilgi kaynakları arasında; geçmiş tatil deneyimleri ve bu deneyimlerin derinliği yer almaktadır. İkincil kaynaklar arasında ise kitaplar, dergiler ve filmler gibi pazarlama amaçlı olmayan bilgi kaynakları (bağımsız kaynaklar), destinasyon yönetimi veya araçlar tarafından sunulan pazarlama amaçlı bilgi kaynakları (yaratılan kaynaklar) ile tanıdık kişilerin geçmiş seyahat deneyimlerinden yararlanarak aktardığı bilgiler (organik kaynaklar) yer almaktadır. Tüm bu kaynaklardan elde edilen bilgiler bireyin sosyo-demografik özellikleri kapsamında yorumlanmakta ve üç farklı imaj tipi ortaya çıkmaktadır: bilişsel imaj, duygusal imaj ve genel imaj. Bilişsel imaj, bir destinasyonun fiziksel, sosyal ve kültürel çekicilikleri gibi nesnel özellikleriyle oluşurken; duygusal imaj bireyin ilgili destinasyona yönelik kişisel hisleriyle oluşmaktadır. Genel imaj ise bilişsel ve duygusal imajın gerçek seyahat deneyimi ile birleşmesi sonucunda meydana gelmektedir.

Her destinasyonun olduğu gibi, Uludağ'ın da mevcut ve potansiyel ziyaretçilerin zihninde bir imajı vardır. Öyle ki, Türkiye'de kış turizmi denince akla ilk gelen destinasyon uzun yıllar boyunca Uludağ olmuştur. Bu noktada, Türkiye'de kayak sporunun turistik amaçla kullanıldığı ilk yer olması, diğer bir ifadeyle ülkenin ilk kış turizmi destinasyonu olmasının etkisi söz konusudur (Evren ve Güldemir, 2016). Güncel bazı araştırmalar, Uludağ'ın kış turizmindeki bu güçlü imajını hala koruduğunu göstermektedir. Örneğin Paslı ve Zerre (2020), lisans düzeyinde turizm öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmada "kış turizmi" denildiğinde, öğrencilerin aklına ilk olarak kayak olgusunun ikinci olarak Uludağ'ın geldiğini tespit etmişlerdir. Evren'in (2016) Türkiye'deki beş kayak merkezinin (Erciyes, Kartepe, Kartalkaya, Palandöken, Uludağ) rekabetçi konumlarını incelediği çalışmasında da Uludağ'ın en önemli özelliklerinden birinin güçlü bir destinasyon imajına sahip olması olduğu tespit edilmiştir. Yazar ayrıca Uludağ'ın güçlü destinasyon imajına ek olarak, gece eğlencesi ve konaklama olanakları açısından da rakiplerinden farklı, ayırt edici bir konumu olduğunu ortaya koymuştur. Atay ve Akyurt (2009) ise Uludağ'ın imajını şekillendiren temel özelliklerin; fiyat, doğal çevre, turistik tesislerin hijyeni ve kar yapısı olduğunu belirlemiştir. Gençler vd., (2008) ise Uludağ'da hizmet kalitesi algılarına en fazla etki eden özellikleri araştırmış ve bu kapsamda, "kayak pistleri ve malzemeleri" ve "eğlence" boyutunun en önemli belirleyiciler olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu araştırmalar genel olarak değerlendirildiğinde, Uludağ'ın kayak dışı eğlencesi ve turizm üstyapısı olanaklarıyla belirgin bir imaja sahip olduğu söylenebilir.

Beerli ve Martin'in (2004) de ifade ettiği gibi, destinasyon imajının oluşumunda bireylerin pazarlama iletişimi faaliyetlerine maruz kalması ve destinasyonda deneyim yaşamaları kadar, filmler gibi pazarlama amaçlı olmayan unsurların da etkisi vardır. Uludağ da Türk sinema tarihinde pek çok filmde karşımıza çıkan, filmlerden yansıyan imajla insanların zihninde yer edinen bir destinasyondur. Ancak turizm literatüründe Uludağ'da çekilen filmlere yönelik akademik ilgi oldukça zayıftır. Bu kapsamdaki tek araştırma Evren (2020) tarafından yürütülen göstergebilimsel çalışmadır. Bu çalışmada Evren (2020), Uludağ'da çekilen en önemli filmlerden biri olan *Karlı Dağdaki Ateş* filmini, yansıttığı kayak sporu ve Uludağ algısı çerçevesinde incelemiştir. Yazar, filmde yansıyan sahnelerde Uludağ'a yönelik ortaya konan temel imajın "romantik üst sınıf destinasyonu" olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca "mistik-büyülü, büyük ve her seviyede kayakçıya uygun kayak merkezi" imajı da söz konusudur. Yazar, yaptığı güncel literatür incelemeleriyle, ilgili filmde gösterilen imajın halen varlığını koruduğunu ifade etmektedir. Bu çalışmada, Evren'in (2020) bıraktığı yerden hareket edilmiş ve Uludağ'da çekilen tüm filmlerin incelenmesi hedeflenmiştir.

3. YÖNTEM

Bu araştırmada veri kaynağı olarak filmler, analiz tekniği olarak ise içerik analizi kullanılmıştır. Bu kapsamda, Uludağ'ın destinasyon imajını tespit etmek amacıyla, tarihsel süreç içinde en azından bir kısmı Uludağ'da çekilen Türk filmleri nicel içerik analizine tabi tutulmuştur. Ayrıca tamamı 1990 öncesinde çekilen filmlerde ortaya konan imajın günümüzde varlığını koruyup korumadığını tespit etmek amacıyla, Uludağ imajına ilişkin son yıllarda yayımlanan araştırmaların bulgularıyla karşılaştırmalar yapılmış ve genel çıkarımlarda bulunulmuştur.

İçerik analizi; yazılı, sözlü veya görsel içeriklerin belirli bir amaç doğrultusunda nicel ve/veya nitel tekniklerle incelenmesidir. İçerik analiziyle medya içeriklerinin ilk bakışta görünen ve kolayca anlaşılabilir mesajlarının ötesindeki gizli mesajlarının çözümlemesi yapılır. Bu kapsamda, araştırmacı bir haberi, filmi, diziyi, kartpostalı, çizgi filmi, röportajı veya fotoromanı, görünenin ardındaki ortaya koyma amacıyla inceleyebilir (Bilgin, 2006). Nicel içerik analizi kapsamında, araştırmacı kodlama yapabilmek için değişkenler ve kodlama kategorileri belirler, diğer bir ifadeyle kodlama cetveli geliştirir. Kodlayıcılar film içeriğini bu cetvel kapsamında kodlar ve varsa kodlayıcılar arasındaki uyumsuzlukları giderilir. Analizler açısından ise frekans/yüzde analizleri gibi tanımlayıcı düzeydeki analizlere başvurulabileceği gibi ilişki analizlere de başvurulabilir (Çilingir, 2017; Neuman, 2007: 473).

Bu çalışmada öncelikle, literatür incelemeleri ve genel internet taramalarına başvurulmuş, Uludağ'da çekilen tüm filmlerin tespit edilmesine çalışılmıştır. Taramalar neticesinde, en azından bir kısmı Uludağ'da çekilen 34 film tespit edilmiştir (Uysal, 2017; Peker, 2019; Evren, 2020). Ardından kodlama cetveli şekillendirilmiştir. Bu kapsamda, öncelikle genel olarak kış turizmi destinasyonlarının imajı ve özde Uludağ üzerine yapılan çalışmalardan yararlanılarak (Andersen vd., 2018; Hallmann vd., 2015; Evren, 2016; Atay ve Akyurt, 2009; Evren, 2020) 33 maddelik taslak destinasyon imajı ölçeği belirlenmiştir. Belirlenen maddelerin Uludağ'ın filmlerden yansıyan destinasyon imajını ölçmede yeterli olup olmadığını tespit etmek için, diğer bir ifadeyle ölçeğin kapsam geçerliliğini test etmek için uzman görüşüne başvurulmuştur. Bu kapsamda, turizm alanında çalışan yedi akademisyen ile iletişim alanında çalışan bir akademisyenden uzman görüşü alınmıştır. Uzman görüşü formunda her maddenin ölçek için gerekli olup olmadığı sorulmuş ve sekiz uzman tüm maddelerin gerekli olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla herhangi bir madde ekleme-çıkarma işlemine gerek duyulmamıştır. Maddelerin kodlanmasında var-yok (1-0) tekniğinden yararlanılmış ve ilgili imaj özelliğinin filmde geçip geçmediği 1 veya 0 ile kodlanmıştır. Örneğin "Uludağ, bir romantizm destinasyonudur" maddesini içeren bir sahneye (sözlü ve/veya görsel olarak) rastlandığında 1, rastlanmadığında 0 kodlanmıştır. Bu kapsamda, sevgililerin karlar üzerinde birbirine söyledikleri romantik sözler ve/veya romantik bir müzik eşliğinde birbirlerine sarılmaları, el ele dolaşmaları, öpüşmelerine ilişkin sahneler "romantizm destinasyonu" maddesi çerçevesinde kodlanmıştır. Benzer şekilde, Uludağ'ın zenginlerin (çoğunlukla işadamları ve/veya onların çocukları) tatil mekanı olarak gösterildiği sahneler görüldüğünde "üst sınıf destinasyonu" maddesi işaretlenmiştir. Kodlamalar iki kodlayıcı tarafından ayrı ayrı yapılmış, her filmin kodlaması tamamlandığında kodlamalar arasında fark olup olmadığı incelenmiş ve varsa bu farklar giderilmiştir. Kodlama cetvelinde ayrıca filmlerin temel özelliklerine ilişkin unsurlar da yer almıştır. Bu kapsamda, filmlerin tarihi, türleri¹, yönetmenleri, yapımcıları, senaristleri, oyuncularını ile filmlerde Uludağ'a ayrılan süreler kodlanmıştır.

Verilerin analizi kapsamında tanımlayıcı düzeydeki frekans ve yüzde analizlerinden yararlanılmıştır. Uludağ'da çekilen filmlerin genel profiline ilişkin bulgular, 34 filmin tamamının incelenmesiyle elde edilmiştir. Film içeriklerine ilişkin ön incelemelerde, bu 34 filmde dördünün Uludağ'da çekildiğinin anlaşılmadığı görülmüştür. Bu kapsamda, Uludağ imajına ilişkin analizlerde bu dört film kapsam dışı tutulmuştur. Zira Hudson ve Ritchie'nin (2006) de belirttiği gibi, filmin destinasyon imajına ve destinasyona yönelik talebe etki edebilmesi için nerede çekildiğinin net bir şekilde anlaşılması gerekmektedir. Bu kapsamda, bahsi geçen dört film destinasyon imajı incelemelerinde kapsam dışı tutulmuş; geri kalan 30 film içinde herhangi bir örnekleme tekniğine başvurmadan tam sayım tekniğiyle tümünün incelenmesine çalışılsa da bu filmlerden birine (*Beyaz Güvercin* – 1969) ulaşılamayınca, destinasyon imajı analizleri 29 filmde elde edilen veriler kapsamında yapılmıştır.

Çalışmanın temel sınırlılıklarından biri, Uludağ filmleri listesinin araştırmacının kişisel taramalarıyla sınırlı olmasıdır. Bu noktada, Türkiye'de belirli bir yerde çekilen filmlerle ilgili herhangi bir kurumun - Kültür ve Turizm

¹ Film türlerinin kodlanmasında, Bilim ve Sanat Vakfının Türk Sineması Araştırmaları biriminin resmi internet sitesi olan tsa.org.tr'de yer alan film tanımlamalarından yararlanılmıştır.

Bakanlığı dahil- istatistiksel veri yayımlamıyor olmasının etkisi söz konusudur. Ayrıca tespit edilen filmlerden birine ulaşılamamış olması bir diğer sınırlılık olarak değerlendirilebilir.

4. BULGULAR

4. 1. Uludağ'da Çekilen Filmlerin Genel Profiline İlişkin Bulgular

Yapılan literatür incelemeleri ve internet taramaları neticesinde Uludağ'da 1950'li yıllardan itibaren toplam 34 film çekildiği görülmüştür. 1955 yılında Mehmet Muhtar ve Memduh Ün'ün yönetmenliğinde "Düşman Aşklar" filmiyle başlayan filmlerde Uludağ'a yer verme durumu, destinasyonun gelişmeye ve İstanbul pazarında önemli yer edinmeye başladığı yıllar olan 1970'lerde büyük hız kazanmıştır. Bu kapsamda, ilgili filmlerin genel profilini ortaya koyan Tablo 1'de de görüldüğü üzere, 34 filmde 22'si 1970'li yıllarda çekilmiştir. Tür açısından bakıldığında ise Yeşilçam sinemasının en baskın türü olan melodramın, Uludağ'da çekilen filmlerde de öne çıktığı görülmektedir. Genel olarak hüznü aşk hikayeleri üzerine kurgulanan ve "iyi-kötü, fakir-zengin, köylü-şehirli..." gibi karşıtlıkların keskin hatlarla işlendiği bir tür olan melodram (Agocuk, 2015; Elmacı, 2013), Uludağ'da çekilen filmlerin 17'sinde görülmüştür. Yeşilçam sinemasının bir diğer hâkim türü olan dram ise 10 filmde işlenmiştir. Bu kapsamda, Uludağ'da çekilen filmlerin 79,4'ünün melodram ve dram türlerinde olduğu anlaşılmaktadır. Sadece dört film komedi, üç film ise macera türündedir.

Tablo 1: Uludağ'da çekilen filmlerin genel profili

Film Adı	Yılı	Tür	Yönetmen(ler)	Yapımcı(lar)	Senarist(ler)	Oyuncular
1. Öldüren Bahar	1962	Melodram	Süha Doğan	Yoakim Filmeridis	Sadık Şendil	Göksel Arsoy, Leyla Sayar, Turgut Özatay, Ayfer Koray
2. Kadın Severse	1968	Melodram	Ülkü Erakalın	İrfan Ünal, Recai Akçaoğlu	Safa Önal	Türkan Şoray, Ekrem Bora, Mine Mutlu, Meral Sayın
3. Aşka Tövbe	1968	Melodram	Türker İnanoğlu	Türker İnanoğlu	Fuat Özlüer	Filiz Akın, Kartal Tibet, Semiramis Pekkan, Önder Somer
4. Karlı Dağdaki Ateş	1969	Melodram	Safa Önal	Berker İnanoğlu	Safa Önal	Ayhan Işık, Filiz Akın, Önder Somer, Nevzat Okçuğil
5. Kalbimin Efendisi	1970	Dram	Ertem Eğilmez	Nahit Ataman	Sadık Şendil	Hülya Koçyiğit, Ediz Hun, Lale Belkıs, Münir Özkul
6. Satın Alınan Koca	1971	Dram	Duygu Sağıroğlu	Memduh Ün	Memduh Ün	Fatma Girik, Cüneyt Arkın, Sadettin Erbil, Hulusi Kentmen
7. Unutulan Kadın	1971	Dram	Atf Yılmaz	İrfan Ünal	Bülent Oran	Kadir İnanır, Türkan Şoray, Metin Serezli, Gülistan Güzey
8. Ömrümce Aradım	1971	Melodram	Süreyya Duru	Türker İnanoğlu	Fuat Özlüer, Bülent Oran	Filiz Akın, Kartal Tibet, Zeynep Tedü, Metin Serezli
9. Önce Sev Sonra Vur	1971	Melodram	Natuk Baytan	Kadri Yurdatap	Bülent Oran	Yılmaz Köksal, Danyal Topatan, Figen Han, Meral Zeren
10. Oyun Bitti	1971	Melodram	Orhan Elmas	Türker İnanoğlu	Fuat Özlüer	Filiz Akın, Cüneyt Arkın, Hulusi Kentmen, Mürvet Sim
11. Emine	1972	Melodram	Orhan Aksoy	Nahit Ataman	Sadık Şendil	Filiz Akın, Tarık Akan, Ekrem Bora, Şükriye Atav
12. Köle	1972	Melodram	Atf Yılmaz	Hulki Saner	Abdulhay Edip	Gönül Hancı, Ferit Şevki, Tufan Giray, Asuman Can
13. Acı Hayat	1973	Dram	Orhan Aksoy	Türker İnanoğlu	Fuat Özlüer	Filiz Akın, Cüneyt Arkın, Bülent Kayabaş, Ayfer Feray
14. Aşkımın Oynama	1973	Dram	Aram Gülyüz	Manuk Manukyan	Yılmaz Korkut, Aram Gülyüz	Hale Soygazi, Ediz Hun, Yeşim Tan, Hulusi Kentmen
15. Boşver Arkadaş	1974	Melodram	Zeki Ökten	Nahit Ataman	Ergin Orbey	Tarık Akan, Selma Güneri, Reha Yurdakul, Kadir Savun
16. Sabıkalı	1974	Dram	Nejat Saydam	Murat Köseoğlu	Nejat Saydam	Hülya Koçyiğit, Ekrem Bora, Salih Güney, Alev Gürzap
17. Soyguncular	1974	Macera	Türker İnanoğlu	Türker İnanoğlu	Fuat Özlüer	Filiz Akın, Ediz Hun, Ekrem Bora, Hulusi Kentmen

18. Şaşkın Damat	1975	Komedi	Zeki Ökten	Yılmaz Kuzgun	Sadık Şendil	Kemal Sunal, Meral Zeren, Bülent Kayabaş, Ali Şen
19. Can Pazarı	1976	Melodram	Ertem Göreç	Berker İnanoğlu	Erdoğan Tünaş	Kadir İnanır, Poori Banai, Erol Taş, Ali Sururi
20. İki Kızgın Adam	1976	Macera	Ertem Göreç	Berker İnanoğlu	Erdoğan Tünaş	Kadir İnanır, Perihan Savaş, Nasır Melek Muti, Bilal İnci
21. Ne Umduk Ne Bulduk	1976	Komedi	Zeki Ökten	Türker İnanoğlu	Fuat Özlüer	Gülşen Bubikoğlu, Aytaç Arman, Adile Naşit, Şemsi İnkaya
22. Öyle Olsun	1976	Melodram	Orhan Aksoy	Nahit Ataman	Sadık Şendil, Suphi Tekniker	Müjde Ar, Tarık Akan, Hulusi Kentmen, Ayşen Gruda
23. Ne Olacak Şimdi?	1979	Komedi	Atf Yılmaz	Nahit Ataman	Atf Yılmaz	Levent Kırca, Nevre Serezli, Şener Şen, Perran Kutman
24. Kadın Bir Defa Sever	1984	Melodram	Orhan Aksoy	Berker İnanoğlu	Safa Önal	Ahu Tuğba, Burçin Oraloğlu, Yusuf Sezgin, Sevda Ferdağ
25. Sokaktan Gelen Kadın	1984	Dram	Orhan Aksoy	Memduh Ün	Orhan Aksoy	Banu Alkan, Mahmut Cevher, Turgut Özatay, İsmail Hakkı Şen
26. Herşeyim Sensin	1985	Dram	Ümit Efekan	Selim Soydan	Erdoğan Tünaş	Ferdi Tayfur, Necla Nazır, Erol Günaydın, Defne Yalınz
27. Sekreter	1985	Melodram	Temel Gürsu	Ferit Turgut	Suphi Tekniker	Hülya Avcı, Tolga Savacı, Güzin Doğan, Ali Sururi
28. Sevgi Çıkamaz	1986	Dram	Yaşar Seriner	Zeki Kafalı	Mehmet Aydın	Harika Avcı, Kadir İnanır, Neslihan Acar, Osman Yağmurdereli
29. Ada	1988	Dram	Süreyya Duru	Süreyya Duru	Macit Koper	Türkan Şoray, Rutkay Aziz, Nilüfer Açıkalın, İhsan Yüce
30. Beyaz Güvercin**	1963	Melodram	Nejat Saydam	Murat Köseoğlu	Nejat Saydam	Göksel Arsoy, Filiz Akın, Sunay Uslu, Hulusi Kentmen
31. Düşman Aşıklar*	1955	Melodram	Mehmet Muhtar, Memduh Ün	Mine Coşkun	İlhami Safa	Nazım İnan, Mine Coşkun, Hasan Ceylan, Kadir Savun
32. Küçük Hanımın Şoförü*	1962-1970	Komedi	Nejat Saydam	Özdemir Birsnel, Nüzhet Birsnel	Nejat Saydam, Özdemir Birsnel	Ayhan Işık, Belgin Doruk, Sadri Alışık, Avni Dilligil
33. Çile*	1972	Melodram	Yücel Çakmaklı	Mahmut Kış	Burhan Bolan	Türkan Şoray, Ediz Hun, Lale Belkız, Muazzez Kurtoğlu
34. Kaplanlar Ağlamaz*	1978	Macera	Remzi Jöntürk	Hürrem Erman	Remzi Jöntürk	Cüneyt Arkın, İnci Engin, Ahmet Mekin, Romalı Perihan

* Uludağ'da çekildiği anlaşılmayan filmler; **Ulaşılmayan filmler

Tablo 1, Uludağ'da çekilen filmlere katkı sunan oyuncu, senarist, yapımcı ve yönetmenler hakkında da bilgiler ortaya koymaktadır. Oyuncular açısından bakıldığında; toplam 136 farklı ismin Uludağ'da çekilen filmlere başrol veya önemli yan rol oyuncuları olarak katkıda bulunduğu görülmektedir. Başrol olarak sekiz filmle Filiz Akın ilk sırada gelmektedir. Ardından altı filmle, yan rollerin önemli ismi Hulusi Kentmen gelmektedir. Hulusi Kentmen'i dörder filmde rol alan Cüneyt Arkın, Ediz Hun, Ekrem Bora, Kadir İnanır ve üç filmde rol alan Tarık Akan takip etmektedir. Bunlar dışında; Hülya Koçyiğit, Meral Zeren, Lale Belkız gibi kadın oyuncular, Ayhan Işık, Kartal Tibet, Göksel Arsoy, Kadir Savun, Metin Serezli, Bülent Kayabaş, Ali Sururi, Önder Somer, Turgut Özatay gibi erkek oyuncular ikişer filmle Uludağ filmlerine katkı sunmuşlardır.

Uludağ'ın beyaz perdede karşımıza çıkmasında en önemli paylardan biri kuşkusuz senaristlere aittir. Ayrıca yönetmenler ve yapımcılar da, Uludağ hikayelerinin etkili bir şekilde sahneye aktarılması ve bu filmlere bütçe ayrılması noktasında önemli paydaşlardır. Tablo 1'de 34 farklı senaristin, yazdıkları senaryolarda bir şekilde Uludağ'a yer vererek, Uludağ filmlerine katkı sağladığı görülmektedir. Bunlar arasında; Fuat Özlüer (6 film), Sadık Şendil (5 film), Bülent Oran (4 film), Erdoğan Tünaş (3 film), Safa Önal (3 film), Suphi Tekniker (2 film) gibi isimler öne çıkmaktadır. Yapımcılar incelendiğinde; 17 farklı ismin Uludağ filmlerine yapımcılık yaptığı, Türker İnanoğlu (6 film), Nahit Ataman (5 film), Berker İnanoğlu (4 film), İrfan Ünal (2 film) ve Memduh Ün'ün (2 film) öne çıkan isimler olduğu görülmektedir. Yönetmenlere bakıldığında ise 18 farklı isim karşımıza çıkmakta; bunlar arasında

Orhan Aksoy (5 film), Atıf Yılmaz (3 film), Zeki Ökten (3 film), Ertem Göreç (2 film), Süreyya Duru (2 film) ve Türker İnanoğlu (2 film) en az iki filme verdikleri katkıyla dikkat çekmektedir.

Tablo 1'in en altında sıralanan beş film, Uludağ'da çekilmiş olmalarına rağmen izlendiğinde Uludağ'da çekildiği pek anlaşılmayan ve araştırma sürecinde ulaşılamayan filmlerdir. Uludağ'da çekildiği anlaşılmayan filmlerden bazılarında Uludağ'da olunmasına rağmen başka bir yerdeymiş gibi gösterme durumu söz konusu iken; bazılarında nerede olunduğuna dair bir ifade bulunmamaktadır. Örneğin 1955 yapımı *Düşman Âşıklar*, hikâyesi Doğu'da bir bölgede geçen fakat ekonomik nedenlerden dolayı Uludağ'da çekilen bir filmidir. Sinema tarihimizde üç kez çekilen (1962, 1970, 2007) *Küçük Hanımın Şoförü* filminin 1970 yapımı ikinci versiyonunda Uludağ oteller bölgesinden bir sahne olmasına rağmen, filmde yurtdışında bir yerdeymiş gibi gösterilmektedir (1962 versiyonuna ulaşılamamıştır). 1972 yılında bir kısmı Uludağ'da çekilen *Çile* filminde kutsal bir dağdan söz edilmektedir. Fakat bu kutsal dağın Uludağ olduğu ne görüntülerden ne de sözlerden anlaşılmaktadır. Bir figüranın ölümüyle sonuçlanan ve kavgalı teleferik sahnelerinden Uludağ'da çekildiği anlaşılan *Kaplanlar Ağlamaz* filminde ise Uludağ ismi hiç telaffuz edilmez; seyircinin bu filmin Uludağ'da çekildiğini anlaması için o büyüklükteki bir teleferiğin Uludağ'da olduğunu bilmesi gerekmektedir. *Önce Sev Sonra Vur* filmi, aksiyonlu teleferik sahneleri açısından *Kaplanlar Ağlamaz* ile benzer özellikler taşımaktadır. Fakat filmde Uludağ'da yer alan Kirazlıyayla'dan söz edildiği için filmin Uludağ'da geçtiği nispeten daha iyi anlaşılmaktadır. Bu kapsamda, Uludağ'da çekildiği anlaşılmayan *Çile*, *Kaplanlar Ağlamaz*, *Düşman Âşıklar*, *Küçük Hanımın Şoförü* filmleri ile taramalar sırasında ulaşılamayan *Beyaz Güvercin* filmi Uludağ imajına ilişkin değerlendirmelerde kapsam dışı tutulmuştur.

4. 2. Uludağ İmajına İlişkin Bulgular

Uludağ'a ilişkin filmlerden yansıyan spesifik imaj unsurlarına geçmeden önce, hangi filmlerin Uludağ'a daha fazla süre ayırdığına bakmakta fayda vardır. Zira her filmde Uludağ'a aynı ölçüde yer verilmemekte, bazılarının büyük bölümü Uludağ'da çekilirken bazılarının sadece birkaç dakikası Uludağ'da geçmektedir. Diğer bir ifadeyle, bazı filmlerde Uludağ sahnelerine uzun sürelerle yer verilip destinasyon imajına ilişkin daha fazla öge sunulurken, bazılarında çok sınırlı düzeyde imaj yansımaları olmaktadır. Bu noktadan hareketle, filmlerin genel süreleri, Uludağ'a ayrılan süreler ve bu sürelerin toplam içindeki oranları incelenmiş ve bulgular Tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2'de sadece Uludağ'da çekildiği anlaşılan ve ulaşılabilen 29 film görülmektedir. Bu filmler arasında Uludağ'a ayırdığı süre ve imaj yansıtma potansiyeli açısından en öne çıkanı *Karlı Dağdaki Ateş*'tir. Refik Halid Karay'ın, Uludağ'da geçen gerçek bir aşk hikayesini kısmen değiştirerek anlattığı aynı adlı romanından esinlenilerek çekilen bu filmi, Uludağ'daki kayac hocalarının hayatından ve aşk hikayelerinden kesitler sunan *Sevgi Çıkmazı* filmi takip etmektedir. Üçüncü sırada yer alan *Sokaktan Gelen Kadın* filmi ise *Sevgi Çıkmazı* ile aynı Uludağ süresine sahiptir. Ancak filmin toplam süresi daha uzun olduğu için oransal olarak üçüncü sıradır. Erotizmin önemli bir yer edindiği ve ana karakterin (Semra – Banu Alkan) Uludağ'da ölümüyle sonuçlanan *Sokaktan Gelen Kadın* filmi, iki sevgilinin Uludağ'da ölümüyle sonuçlanan bir diğer dram filmi olan *Acı Hayat* takip etmektedir. *Sabıkalı*, *Kadın Severse* ve *Kadın Bir Defa Sever* gibi filmler de en az %20'lik kısımlarında Uludağ'a yer veren, Uludağ imajı açısından önemli filmlerdir.

Tablo 2: Filmlerde Uludağ'a ayrılan süre

Filmler	Tarih	Toplam süre	Uludağ süresi	Uludağ Süre Yüzdesi
1. Karlı Dağdaki Ateş	1969	88	67dk	76,14
2. Sevgi Çıkmazı	1986	67	34dk,50sn	51,49
3. Sokaktan Gelen Kadın	1984	87	34dk,50sn	39,66
4. Acı Hayat	1973	83	29dk,25sn	35,24
5. Sabıkalı	1974	84	21dk,13sn	25,15
6. Kadın Severse	1968	65	16dk	24,62
7. Kadın Bir Defa Sever	1984	79	16dk,22sn	20,53
8. Kalbimin Efendisi	1970	96	19dk	19,79
9. Sekreter	1985	82	15dk,45sn	18,84
10. Önce Sev Sonra Vur	1971	66	12dk,30sn	18,64
11. Öyle Olsun	1976	86	16dk	18,6
12. Şaşkın Damat	1975	77	11dk,33sn	14,71
13. Soyguncular	1974	83	11dk	13,25
14. Ne Olacak Şimdi?	1979	84	11dk,05sn	13,15
15. Emine	1972	86	10dk,23sn	11,9
16. Ömrümce Aradım	1971	80	9dk,43sn	11,79
17. Ne Umduk Ne Bulduk	1976	87	10dk	11,49
18. Öldüren Bahar	1962	96	11dk	11,46
19. Köle	1972	70	8dk	11,43
20. Aşka Tövbe	1968	77	7dk,23sn	9,39
21. Satın Alınan Koca	1971	88	7dk,27sn	8,26
22. Boşver Arkadaş	1974	84	6dk,48sn	7,71
23. Unutulan Kadın	1971	82	6dk,25sn	7,62
24. Can Pazarı	1976	77	5dk,30sn	6,88
25. İki Kızgın Adam	1976	87	4dk,33sn	4,98
26. Oyun Bitti	1971	78	2dk,42sn	3,1
27. Aşkımın Oyunu	1973	84	2dk,40sn	2,86
28. Ada	1988	64	1dk,35sn	2,11
29. Herşeyim Sensin	1985	83	1dk,39sn	1,67

Filmlerden yansıyan spesifik imaj öğelerinin belirlenmesi noktasında ise var-yok (1-0) tekniğinden yararlanılmış ve ilgili imaj maddesinin filmlerde olup olmadığı incelenmiştir. Bulgular, Uludağ'da çekilen filmlerde en öne çıkan imaj maddelerinin doğal manzara, romantizm ve konaklama olanakları olduğunu göstermektedir (Tablo 3). Bu noktada, filmlerin önemli bir kısmında Uludağ'ın beyaza bürünmüş genel görünümü, karlar altındaki ağaçların doğal güzellikleri, sevgililerin kayak ve diğer kar aktivitelerini içeren romantik görüntüleri, Uludağ oteller bölgesinin genel görünümü ile otellerin iç mekanlarından sahneler dikkat çekmektedir.

Uludağ'ın bir üst sınıf destinasyonu olduğu, nitelikli yeme-içme olanaklarına sahip olduğu, hizmet kalitesinin iyi olduğu ve rahatlatıcı-huzurlu bir destinasyon olduğu da filmlerden yansıyan önemli imaj öğeleri arasındadır. Pek çok filmde İstanbul zenginleri Uludağ tatili yapmakta, şık restoranlarda yemek yemekte ve bazı filmlerde ise doğanın tadını çıkararak rahatlayıp huzur bulmaktadır. Aktivite çeşitliliği, heyecanlı kayak deneyimi, gece hayatı ve yeni sevgili bulma maddeleri de 29 filmin en az yarısında yer alan özelliklerdir. Bu kapsamda, doğa yürüyüşü, balık tutma, avlanma gibi alternatif etkinlikler, dik pistlerden hızla kayan kayakçılar, müzik-dans dolu gece hayatı, romantik ilişki arayışı sahneleri (bazen çapkınlık amaçlı) dikkat çekmektedir.

Filmlerde bazı imaj maddelerine ise ya hiç rastlanılmamış ya da çok az rastlanılmıştır. Örneğin para ve güvenli kayakla ilgili maddeler hiçbir filmde değerlendirilmemiştir. Ayrıca alternatif spor olanakları, kar kalitesi, kayak alışverişi ve genel alışveriş olanaklarına ilişkin sadece birer filmde sahneye rastlanmıştır.

Tablo 3: Uludağ'ın Türk filmlerindeki destinasyon imajı

ULUDAĞ İMAJI MADDELERİ	İLGİLİ SAHNE			
	Var	%	Yok	%
1. Uludağ, doğal manzarası güzel bir destinasyondur.	27	93,1	2	6,9
2. Uludağ, bir romantizm destinasyonudur.	27	93,1	2	6,9
3. Uludağ'ın konaklama olanakları gelişmiştir.	26	89,7	3	10,3
4. Uludağ, bir üst sınıf destinasyonudur.	23	79,3	6	20,7
5. Uludağ'da nitelikli yeme-içme olanakları vardır.	19	65,5	10	34,5
6. Uludağ'da hizmet kalitesi iyidir.	19	65,5	10	34,5
7. Uludağ, rahatlatıcı ve huzurlu bir yerdir.	19	65,5	10	34,5
8. Uludağ'da aktivite çeşitliliği yüksektir.	18	62,1	11	37,9
9. Uludağ, heyecanlı kayak deneyimi sunar.	15	51,7	14	48,3
10. Uludağ, yeni aşk bulunan bir destinasyondur.	15	51,7	14	48,3
11. Uludağ'da gece hayatı olanakları gelişmiştir.	15	51,7	14	48,3
12. Uludağ'ın kaliteli kayak pistleri vardır.	14	48,3	15	51,7
13. Uludağ'ın pistleri çok kalabalık değildir.	13	44,8	16	55,2
14. Uludağ'da liftler yeterlidir.	12	41,4	17	58,6
15. Uludağ, ulaşımı kolay bir destinasyondur.	12	41,4	17	58,6
16. Uludağ, apres-ski olanakları gelişmiş bir destinasyondur.	11	37,9	18	62,1
17. Uludağ, imajı yüksek bir kayak merkezidir.	9	31	20	69
18. Uludağ'ın pistleri zorlayıcıdır.	8	27,6	21	72,4
19. Uludağ, bir çapkınlık destinasyonudur.	8	27,6	21	72,4
20. Uludağ'da, çocuklar için kayak olanakları sunar.	7	24,1	22	75,9
21. Uludağ, farklı beceri düzeylerine göre pist çeşitliliği sunar.	6	20,7	23	79,3
22. Uludağ, zengin erkek-kadın bulunan bir destinasyondur.	6	20,7	23	79,3
23. Uludağ'da nitelikli kayak dersleri/hocaları vardır.	5	17,2	24	82,8
24. Uludağ, misafirperver bir destinasyondur.	5	17,2	24	82,8
25. Uludağ, büyük ölçekli bir kayak merkezidir.	4	13,8	25	86,2
26. Uludağ, kaliteli özel etkinlikler (konser, festival vb.) sunar.	4	13,8	25	86,2
27. Uludağ, alternatif spor olanakları sunar.	1	3,4	28	96,6
28. Uludağ'da kar kalitesi iyidir.	1	3,4	28	96,6
29. Uludağ, kayak alışverişi olanakları gelişmiş bir destinasyondur.	1	3,4	28	96,6
30. Uludağ'da alışveriş olanakları yeterlidir.	1	3,4	28	96,6
31. Uludağ, güvenli kayak yapılan bir destinasyondur.	0	0	29	100
32. Uludağ, ödediğiniz paraya değer bir destinasyondur.	0	0	29	100
33. Uludağ, genel olarak pahalı bir destinasyondur.	0	0	29	100

Genel olarak değerlendirildiğinde; Uludağ'ın filmlerden yansıyan imajının büyük ölçüde “doğal manzarası güzel, romantik bir üst sınıf destinasyonu” olduğu ifade edilebilir. Ayrıca turizm üstyapısının gelişmişliği, huzur, hizmet kalitesi, aktivite çeşitliliği, gece hayatı ve çapkınlık da Uludağ'ın önemli imaj öğeleri arasında yer almaktadır.

5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Sinema ve turizm arasında oldukça güçlü ilişkiler söz konusudur. Filmler/diziler destinasyonların imajına olumlu etkiler yapıp ziyaretçi sayılarında artış sağlamakta (Hudson ve Ritchie, 2006), turizm ve seyahat olgusu da özellikle insanların yaşadıkları dönüşümsel seyahatler çerçevesinde film/dizi senaristlerine ilham kaynağı olmaktadır (bkz: <https://www.imdb.com/list/ls070653194/>). Filmlerin/dizilerin turizme etkisi konusunda ulusal ve uluslararası literatürde önemli sayıda araştırmaya rastlanılmaktadır (Law vd., 2007; Yılmaz ve Yolal, 2008; Buchmann vd., 2010; Saltık vd., 2010; Kim, 2012b; Akdu ve Akın, 2016; Taş vd., 2017; Çakar Çelik, 2019; Güngör ve Uysal, 2019). Ancak bir destinasyonda tarihsel süreç içinde çekilen tüm filmlerin içerik analizini yapan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu noktadan hareketle, Türkiye'nin en eski film turizmi destinasyonlarından biri olan Uludağ'da çekilen Türk filmlerinin, destinasyon imajı olgusu kapsamında içerik analizi yapılmıştır.

Çalışmanın bulgularına göre; çoğunluğu 1970'lerde çekilen Uludağ filmleri, genellikle melodram ve dram türlerindedir. Türk sinemasının en önemli oyuncularını bu filmlerde rol almıştır. Filiz Akın, Hulsi Kentmen, Cüneyt Arkın, Ediz Hun, Ekrem Bora, Kadir İnanır, Tarık Akan öne çıkan oyuncularındır. *Karlı Dağdaki Ateş*, *Sevgi Çıkmazı*, *Sokaktan Gelen Kadın* ve *Acı Hayat* filmleri, %30'un üzerindeki kısımlarında Uludağ'a yer vererek, destinasyon imajı yansımaları açısından en önemli filmler olmuştur. Uludağ'ın filmlerden yansıyan destinasyon imajı hakkında ise şu genel çıkarımlarda bulunulabilir:

- Uludağ doğal manzarası güzel, turizm üstyapısı gelişmiş, romantik bir üst sınıf destinasyonudur.
- Uludağ, nitelikli kayak olanakları sunan, aktivite çeşitliliği ve hizmet kalitesi yüksek, rahatlatıcı/huzurlu bir destinasyondur.
- Uludağ, gece hayatı ve kayak dışı eğlence olanakları gelişmiş, zengin sevgili aranan bir çapkınlık destinasyonudur.

Bu noktadaki önemli soru, tamamı 1990 öncesinde çekilen filmlerde yansıtılan destinasyon imajının günümüzde halen varlığını koruyup korumadığıdır. Bu sorunun yanıtını bulmak için mevcut çalışmanın bulgularıyla, Uludağ'ın destinasyon imajına ilişkin ipuçları ortaya koyan son yıllarda yayımlanmış araştırmaların bulgularının karşılaştırılmasında fayda vardır. Bu kapsamda yapılan literatür incelemeleri, filmlerden yansıyan Uludağ imajının büyük ölçüde varlığını koruduğuna işaret etmektedir. Örneğin çalışmada ortaya konan Uludağ'ın romantik bir üst sınıf destinasyonu olduğuna ilişkin bulgu, Atay vd.'nin (2018) www.tripadvisor.com adlı seyahat sitesinde yer alan Uludağ'a yönelik yorumları destinasyon kişiliği kapsamında inceledikleri çalışmalarının bulgularıyla kıyaslandığında; Uludağ'ın "üst sınıf destinasyonu" imajını halen koruduğu görülmektedir. Uludağ'ın turizm üstyapısının gelişmişliği, gece hayatı ve kayak dışı eğlence olanaklarıyla öne çıkan bir destinasyon olduğuna ilişkin imaj da halen varlığını korumaktadır. Öyle ki, Evren (2016) de çalışmasında Uludağ'ın diğer destinasyonlarla kıyaslandığında konaklama, yeme-içme ve ulaşım olanakları açısından öne çıktığını ve gece eğlencesiyle belirgin bir rekabetçi konum yarattığını tespit etmiştir. Benzer şekilde, Gençler vd., (2008) de Uludağ'da hizmet kalitesi algıları kapsamındaki çalışmalarında, "kayak pistleri ve malzemeleri" ile "eğlence" boyutlarının en etkili boyutlar olduğunu bulmuşlardır. Öte yandan, Uludağ üzerine yürütülen çoğu çalışmada (Atay ve Akyurt, 2009; Evren, 2016; Evren, 2020) doğal manzara güzelliğinin öne çıkan bir özellik olduğunun tespit edilmesi, doğal manzara güzelliğine ilişkin destinasyon imajının da halen varlığını koruduğuna işaret etmektedir. Ayrıca genel olarak değerlendirildiğinde; Hudson ve Ritchie'nin (2006) filmlerin destinasyonlar üzerindeki etkilerinin uzun yıllar devam ettiği yönündeki görüşünün desteklendiği ifade edilebilir.

Tüm bu değerlendirmeler ışığında; Uludağ'ın hem incelenen filmlerde hem de ziyaretçi algılarına dayanan güncel araştırmalarda turizm üstyapısını, kayak olanaklarını, hizmet kalitesini ve manzarayı birlikte sunan ve üst sınıfa hitap eden bir destinasyon olarak değerlendirildiği anlaşılmaktadır. Bu durum, Uludağ'ın genel olarak güçlü bir destinasyon imajına sahip olduğunu göstermektedir. Zira üst sınıf destinasyonu özelliği hariç, bahsi geçen destinasyon özellikleri günümüz kış turizmi pazarı için oldukça önemli özelliklerdir (Evren, 2016). Üst sınıf destinasyonu imajı ise çoğunlukla üst sınıfa has bir rekreasyonel faaliyet olarak algılanan kayak sporunun (Şallı vd., 2017; Hudson vd., 2010) ana turistik ürün olduğu bir destinasyon için, özellikle yüksek gelirli hedef pazar belirleme noktasında önemli bir özellik olarak değerlendirilebilir. Ancak filmlerden yansıtılan imaj öğeleri

arasında, destinasyon pazarlamasında olumsuz etkiler yaratabilecek konumda olanlar da vardır. Örneğin filmlerde Uludağ'ın bir çapkınlık destinasyonu ve zengin sevgili aranılan bir yer olarak yansıtılması bu kapsamda değerlendirilebilir. Zira böyle bir imajın güçlenmesi durumunda, yüksek gelir grubunda olup kayak tatilini ailesiyle yapmayı tercih eden pazar bölümünde destinasyona yönelik tepkiler oluşabilir ve aileyle seyahat için daha uygun olduğu düşünülen farklı destinasyonların tercih edilmesi söz konusu olabilir.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda Uludağ destinasyonunun yöneticileri için bazı önerilerde bulunulabilir. Örneğin "romantizm destinasyonu" imajı kapsamında, destinasyonun pazarlama iletişimi araçlarında (örneğin Uludağinfo'nun sosyal medya hesaplarında), romantizm vurgusu yapan mesajlar verilebilir. Bu kapsamda, nostaljik ziyaretleri de güçlendirmek adına eski Türk filmlerinden (özellikle Uludağ'a yönelik övgü dolu sözler içeren *Soyguncular*, *Karlı Dağdaki Ateş*, *Aşkımın Oynama* gibi filmler) yararlanarak doğal güzellik, nostalji ve romantizmi birleştiren paylaşımlarda bulunulabilir. Bunun dışında, bu çalışma dahil çoğu çalışmada gece hayatı ve kayak dışı eğlence olanaklarının öne çıkan unsurlar olması, Uludağ'ın mevcut ve potansiyel ziyaretçilerin zihninde bu şekilde bir rekabetçi konumu olduğuna işaret etmektedir. Özellikle gece hayatı noktasında Türkiye'de çoğu kayak destinasyonunun zayıf kaldığı da düşünülürse (Evren, 2016), bu durumun Uludağ'a önemli bir avantaj sağlayacağı ifade edilebilir. Bu kapsamda, Uludağ'ın destinasyon yöneticileri pazarlama iletişimi çalışmalarında, kayak pistlerinin çeşitliliği gibi, bir kış turizmi destinasyonu için olmazsa olmaz olan özelliklere ek olarak, kayak dışı eğlence olanaklarının gelişmişliğini de kullanabilirler. Bu noktada denge kurmak önemlidir. Öyle ki, hâlihazırda pazarda "eğlence destinasyonu" konumu güçlü olduğundan bu konumu güçlendirmek için harcanacak çabaların Uludağ'ın asıl turistik ürünü olan kayağı gölgede bırakmaması önem arz etmektedir. Aksi takdirde, Uludağ sadece kayak dışı eğlence arayanların destinasyonu olmaya başlar, asıl turistik ürüne talep gösterenlerse başka destinasyonlara yönelirler. Destinasyon yönetimi için bir diğer öneri ise film sektörüyle işbirliği noktasındadır. Hudson'ın (2011) da ifade ettiği gibi, "film dostu" destinasyon imajı yaratmak ve film yapımcılarını destinasyona çekmek başarılı sonuçlar doğurmaktadır. Bu kapsamda, uzun zamandır sadece bazı dizilerin bir bölümündeki küçük kayak tatili sahnelerinde yer alan Uludağ'ın gerçek bir kayak filmine stüdyo olması için işbirlikçi girişimlerde bulunulabilir. Bu sayede, ilgili filmin başarısına da bağlı olarak, Uludağ'ın destinasyon imajının gelişimine katkı sunulabilir. Son olarak, bu alanda araştırma yapmayı düşünenlere önerilerde bulunulacak olursa; Türkiye'nin güncel film turizmi destinasyonlarında çekilen filmlerin/dizilerin içerik analizine başvurmaları önerilebilir. Bu kapsamda, Kapadokya, Mardin, Adana ve film/dizi sektörünün ilgi gösterdiği diğer destinasyonlar benzer bir yöntemle incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Abd Rahman, N., Dawam, Z. A. ve Chan, J. K. L. (2019). "The Characteristics of Film Products to Induce Tourism", *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 4/16, 84-99.
- Agocuk, P. (2015). "Türk Sineması'nda Melodram: "Seven Ne Yapmaz" Filmi Üzerinden Yeşilçam Sineması'nda Melodramın Kodlarının Çözümlemesi", *Journal of International Social Research*, 8/40, 562-576.
- Akdu, U. ve Akin, M. H. (2016). "Film ve Dizilerin Destinasyon Tercihine Etkileri", *Journal Of International Social Research*, 9/45, 1042-1052.
- Andersen, O., Øian, H., Aas, Ø. ve Tangeland, T. (2018). "Affective and Cognitive Dimensions of Ski Destination Images: The Case of Norway and the Lillehammer Region", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18/2, 113-131.
- Atay, L. ve Akyurt H. (2009). "Uludağ Destinasyon İmajına Yönelik Ziyaretçi Algı ve Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6/3, 67-77.
- Atay, L., Dülgeroğlu, O. ve Gökdemir, S. (2018). "Bir Kış Turizmi Merkezi Olan Uludağ'ın Destinasyon Kişiliğini Tespit Etmeye Yönelik Bir Çalışma", *Uluslararası Sivas Turizmi Kongresi*, Sivas Valiliği Yayınları, 61-69.
- Baloglu, S. ve McCleary, K. W. (1999). "A Model of Destination Image Formation", *Annals of Tourism Research*, 26/4, 868-897.
- Berli, A. ve Martin, J. D. (2004). "Factors Influencing Destination Image", *Annals of Tourism Research*, 31/3, 657-681.

- Beeton, S. (2008). "From the Screen to the Field: The Influence of Film on Tourism and Recreation", *Tourism Recreation Research*, 33/1, 39-47.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi: Teknikler ve Örnek Çalışmalar*, Siyasal Yayınevi, Ankara.
- Bolan, P. ve Williams, L. (2008). "The Role of Image in Service Promotion: Focusing on the Influence of Film on Consumer Choice within Tourism", *International Journal of Consumer Studies*, 32, 382-390.
- Buchmann, A., Moore, K. ve Fisher, D. (2010). "Experiencing Film Tourism: Authenticity & fellowship", *Annals of Tourism Research*, 37(1), 229-248.
- Çakar Çelik, Ö. (2019). "Film Turizmi ve Sığacık'a (İzmir) Etkileri", *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 432-460.
- Çilingir, A. (2017). "İletişim Alanında İçerik Analizi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri Üzerine Bir İnceleme", *Erciyes İletişim Dergisi*, 5/1, 148-160.
- Elmacı, T. (2013). "Kader ve Masumiyet Filmleri Bağlamında Melodram Türünün Yeniden Üretimi", *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 5/2, 261-277.
- Evren, S. (2016). *Türkiye'de kış turizmi destinasyonlarının rekabetçi konumlandırması*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi.
- Evren, S. (2020). "Türkiye'de Kayak Sporuna ve Uludağ Algisinin Tarihsel Temelleri: Karlı Dağdaki Ateş Filminin Göstergibilimsel İncelemesi", *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4/4, 3486-3507.
- Evren, S. ve Güldemir, O. (2016). "Türkiye'de Kış Turizminin Başladığı Yer: Uludağ", *Dünden Bugüne Türkiye'de Turizm: Kurumlar, Kuruluşlar, Turizm Bölgeleri, Meslekler* (Ed: N. Kozak), Yıkılmazlar Basın Yayın, İstanbul.
- Gençer, R. T, Demir C. ve Aycan, A. (2008). "Kayak Merkezlerindeki Spor Turistlerinin Hizmet Kalitesi Algılarını Etkileyen Değişkenler", *Ege Akademik Bakış*, 8/2, 437-450.
- Grihault, N. (2003). "Film Tourism – The Global Picture", *Travel & Tourism Analyst*, 5, 1-22.
- Güngör, Ş. ve Uysal, A. (2019). "Film Tourism: The Influence of Film and TV Series on the Tourism Activities in Nevşehir", *International Journal of Geography and Geography Education*, 39, 189-202.
- Hallmann, K., Zehrer, A. ve Müller, S. (2015). "Perceived Destination Image: An Image Model for a Winter Sports Destination and Its Effect on Intention to Revisit", *Journal of Travel Research*, 54/1, 94-106.
- Hudson, S. (2011). "Working Together to Leverage Film Tourism: Collaboration between the Film and Tourism Industries", *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3/2, 165-172.
- Hudson, S. ve Ritchie, J.R.B. (2006). "Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives", *Journal of Travel Research*, 44, 387-396.
- Hudson, S., Hinch, T., Walker, G. ve Simpson, B. (2010). "Constraints to Sport Tourism: A Cross-Cultural Analysis", *Journal of Sport & Tourism*, 15/1, 71-88.
- İnal, O. (2019). "Mount Uludağ: The Making of Turkey's St. Moritz", *Leisure Cultures and the Making of Modern Ski Resorts*, (Eds: P. Strobl ve A. Podkalicka). Palgrave Macmillan, Cham, Switzerland.
- Kim, S. (2012a). "A Cross-Cultural Study of On-Site Film-Tourism Experiences among Chinese, Japanese, Taiwanese and Thai Visitors to the Daejanggeum Theme Park, South Korea", *Current Issues in Tourism*, 15/8, 759-776.
- Kim, S. (2012b). "Audience Involvement and Film Tourism Experiences: Emotional Places, Emotional Experiences", *Tourism Management*, 33/2, 387-396.
- Law, L., Bunnell, T. ve Ong, C. E. (2007). "The Beach, the Gaze and Film Tourism", *Tourist Studies*, 7/2, 141-164.
- Neuman, L. (2007). *"Toplumsal Araştırma Yöntemleri"*, 2. Cilt. (Çev: S. Özge), Yayınodası, İstanbul.
- Paslı, M.M. ve Zere, S. (2020). "Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin 'Kış Turizmi' Kavramına Yönelik Bilişsel Yapılarının İncelenmesi Giresun İli Örneği", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24/1, 75-88.
- Peker, E. H. (2019). *Bursa'da çekilen filmler* (15.06.2020) <https://www.belgeseltarih.com/bursada-cekilen-filmler/>
- Saltık, A. I., Coşar, Y. ve Kozak, M. (2010). "Televizyon Dizilerinin Destinasyon Pazarlaması Açısından Olası Sonuçları", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21/1, 41-50.

- Şahbaz, R.P. ve Kılıçlar, A. (2009). "Filmlerin ve Televizyon Dizilerinin Destinasyon İmajına Etkileri", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1/1, 31-52.
- Şallı, A. O., Küçük, V. ve Amman, M. T. (2017). "Sporda Baskın Cinsiyet Analizi (Türkiye Örneği)", *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 8/2, 154-165.
- Taş, S., Başkan, K. ve Kamber Taş, S. S. (2017). "Turistik Destinasyon Tercihlerinde Filmlerin ve TV Dizilerinin Etkisi: Doğu Karadeniz Bölgesi Örneği", *Journal Of International Social Research*, 10/54, 1134-1145.
- Tkalec, M., Zilic, I. ve Recher, V. (2017). "The Effect of Film Industry on Tourism: Game of Thrones and Dubrovnik", *International Journal of Tourism Research*, 19/6, 705-714.
- Uysal, T. (2017). *Yeşilçam'ın beyaz filmleri: Uludağ ve sinema* (15.06.2020) <https://www.canakkaleninsesi.com/kose-yazisi/2192/yesilcamin-beyaz-filmleri-uludag-ve-sinema.html>
- Yanmaz, P. (2011). "Turizm Tanıtımında Sinemanın Rolü", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Eylül, 2, 112-139.
- Yılmaz, H. ve Yolal, M. (2008). "Film Turizmi: Destinasyonların Pazarlanmasında Filmlerin Rolü", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8/1, 175-192.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:09.03.2021 ✓Accepted/Kabul:06.05.2021

DOI:10.30794/pausbed.893680

Araştırma Makalesi/ Research Article

Özdöl Kutlu, S. ve Türksoy, S. S. (2021). "Kültür Turizminde Tarih Öncesi Arkeolojik Yerleşmeler ve Göbeklitepe Örneği", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 303-315.

KÜLTÜR TURİZMİNDE TARİH ÖNCESİ ARKEOLOJİK YERLEŞMELER VE GÖBEKLİTEPE ÖRNEĞİ*

Serap Özdöl KUTLU**, Selcen Seda TÜRKSOY***

Öz

Kültür turizminin bileşenlerinden birini oluşturan tarih öncesi yerleşimler bakımından ülkemiz büyük potansiyele sahip olsa da bu alanlara yönelik ziyaretçi sayısı düşük kalmaktadır. Ayakta duran çarpıcı eserleriyle görsel çekiciliğe sahip Efes, Ayasofya, Kapadokya, Mevlana Müzesi, gibi yakın dönem yerleşmeleri, Göbeklitepe, Çatalhöyük, Troya, Alacahöyük, Körtik Tepe, Arslantepe gibi tarih öncesi yerleşmelere göre daha fazla ziyaretçi çekmektedir. Oysa yakın döneme ilişkin bu yerleşmeler genellikle Roma Dönemine tarihlenmekte ve benzerleri Akdeniz çanağında yer alan bir çok ülkede ziyaret edilebilmektedir. Bu noktada zengin kanıt ve kalıntılarıyla tarih öncesi yerleşmeler ülkemize rekabet avantajı sağlayabilecek önemli bir potansiyeli oluşturmaktadır. Özellikle son yıllarda UNESCO Dünya Miras listesine girmesiyle tarih öncesi yerleşmelerin popülaritesinin arttığı görülmektedir. Bu noktada çalışma, ortaya çıkan popülarite ile sanal ve yazılı medyada yer alan farklı görüşleri Göbeklitepe örneği üzerinden ele almakta, konuya ilişkin turizm paydaşlarına düşen sorumlulukları öznel bir bakış açısıyla değerlendirmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Prehistorya, Tarih öncesi, Arkeoloji, Kültür turizmi, Göbeklitepe.*

PRE-HISTORICAL ARCHEOLOGICAL SETTLEMENTS IN CULTURAL TOURISM: GÖBEKLİTEPE CASE

Abstract

Turkey has great potential in terms of prehistoric settlements that constitute one of the components of cultural tourism. The number of visitors to these areas remains still low. The settlements of Roman time period such as Ephesus, Hagia Sophia, Cappadocia, Mevlana Museum, which have visual appeal with their striking standing works, attract more visitors than pre-historic settlements such as Göbeklitepe, Çatalhöyük, Troy, Alacahöyük, Körtik Hill, Arslantepe. However, these settlements belonging to the recent period are generally dated to the Roman Period and similar ones can be visited in many countries in the Mediterranean basin. At this point, pre-historic settlements with rich evidence and remains constitute an important potential that can provide competitive advantage to our country. Especially in recent years, it is seen that the popularity of prehistoric settlements has increased with the UNESCO World Heritage list. At this point, the study deals with the emerging popularity and different opinions in the virtual and print media through the case of Göbeklitepe. In addition, it evaluates the responsibilities of tourism stakeholders on the subject from a subjective perspective.

Keywords: *Cultural tourism, Prehistory, Pre-Historical, Archaeology, Göbeklitepe.*

*Çalışmanın yazarlar tarafından III. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi'nde (05-06 Kasım 2020): "Arkeo-Turizm Kapsamında Tarihöncesi Arkeolojisi Turizmi: Göbeklitepe Örneği" ismiyle özet bildiri olarak sunulmuştur.

**Doç. Dr., Ege Üniversitesi, Çeşme Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, İZMİR.

e-posta:serap.ozdol.kutlu@ege.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-2414-344X>)

*** Dr. Öğr. Üyesi, Ege Üniversitesi, Çeşme Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İZMİR.

e-posta:selcen.seda.turksay@ege.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-1842-0858>)

1. GİRİŞ

Kültür turizmini anlamak, ölçmek veya tanımlamak için farklı tanımlar geliştirilmiştir (Richards, 2003). Dünya Turizm Örgütü “Kültür Turizmi”ni; bir turizm merkezindeki somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarının ziyaretçiler tarafından öğrenme ve keşfetme amacıyla deneyimlendiği bir turizm faaliyeti olarak tanımlamakta ve Dünya genelinde yapılan uluslararası seyahatlerin % 39’unun kültür turizmi kapsamında gerçekleştiğini belirtmektedir (UNWTO, 2018). Kültür kimi zaman ana motivasyon kaynağı olarak değişik kültürleri, eski kültür kalıntılarını gezme görme isteği yaratırken bazen de seyahat için ikincil bir motivasyon olarak görülmektedir. Yapılan araştırmalarda bir başka ülkeyi ziyaret eden turistlerin birincil ve ikincil seyahat motivasyonları birlikte incelendiğinde toplam seyahatlerin yaklaşık % 47’sinin kültürel motivasyonla gerçekleştiği anlaşılmaktadır (UNWTO, 2018). Turizm ve kültür birbirlerine ayrılmaz biçimde bağlı olup, kültür turizmi küresel turizm hareketlerinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır (Smith ve Richards, 2013). Richards (2000) 1970 ve 1980’lerde kültür ve miras turizminin “yeniden keşfedilmesinden” bu yana yeni popülerleştirilmiş kültürel ve miras cazibe merkezlerinin açılmasıyla kültür turizm pazarının büyüdüğünü ve bu gelişme eğiliminin gelecekte de devam edeceğini belirtmiştir.

Kültür turizminin seyahate katılmada ana motivasyon unsurundan öte ikincil bir motivasyon kaynağı olduğu ifade edilebilir. Yapılan bir çalışmada kültür turizminin, kitle turizminin yoğun gerçekleştirildiği turizm bölgelerine bağımlı ve daha çok bu seyahat motifinin tamamlayıcısı olarak görüldüğü belirlenmiştir (Alaeddinoğlu ve Yıldız, 2007). Yine Richards (2018) kültür turizm pazarındaki büyümenin, kültürel ilginin artmasından ziyade gelişen turizm hareketleri tarafından yönlendirildiğini, kültür turizminin eğitilmiş ve yüksek gelirli ziyaretçilerden oluşan niş bir pazardan çok kitlesel pazara doğru değiştirdiğini vurgulamıştır. Nitekim 2019 yılında yabancı turistlerin yarısından fazlası (%57) gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetlere katılmak amacıyla ülkemizi ziyaret etmiştir. Yabancı ziyaretçilerin geldiği dönem ve geliş amaçları beraber incelendiğinde, yılın üçüncü çeyreğinin seyahatlerin yapıldığı en yoğun dönem olması öncelikli olarak deniz-kum-güneş odaklı bir turizm talebinin varlığını göstermektedir (TURSAB, 2019). Bu turizm türünün mevsimsellik göstermesi, gelen turistlerin fiyata karşı duyarlı olması, Akdeniz çanağında yer alan rakibimiz durumunda olan ülkelerin benzer turistik ürünler sunması ve global ölçekli tur operatörlerinin talebi yönlendirebilme gücünün talepte dalgalanmalara yol açması gibi olumsuz faktörler ülkemiz turizm sektörünün istenilen düzeye gelmesi önünde önemli bir handikapı oluşturmaktadır (Kızıllırmak ve Kurtuldu, 2005).

Bu noktada kültürel varlıkların sorumlu kullanımına olanak veren, yeni istihdam olanakları yaratan, yerleşik halk için gelir sağlayan kültür turizmi, yerel ve ulusal ekonomik büyüme için önemli bir fırsattır (UNWTO, 2016). Müzeler, arkeolojik alanlar, tarihi şehirler ve gastronomi gibi eşsiz bir kültürel mirasa sahip olan ülkemiz bu fırsattan daha yüksek oranda pay almayı fazlasıyla hak etmektedir. Ne yazık ki kültür turizmi kapsamında ülkemizde ziyaret edilen ören yerleri ve müzeler belirli dönemlere ilişkin yerleşmelerde yoğunlaşmaktadır. Sahip olduğumuz kültürel özelliklerimizle uyumlu politikaların benimsenmesinin seyahat ve turizmde rekabet edilebilirliği geliştirmeye yardımcı olduğu (Kumar ve Dhir, 2020) düşünüldüğünde, özellikle de ülkemizin sahip olduğu tarih öncesi ya da prehistorik arkeolojik yerleşmeler ürün farklılaştırması açısından oldukça önemlidir. Günümüzde çoğu gelişmekte olan ve gelişmiş ülkede arkeoloji, turizm endüstrisinin önemli bir bileşeni olup, toplum için önemli etkileri bulunmaktadır. Aynı zamanda arkeo-turizm bir bölgenin tarihinin kültürel zenginliğini ortaya koyma ve yerel halkına finansal kazanç getirme potansiyeline de sahiptir (Pacífico ve Vogel, 2012).

Tarih öncesi ya da prehistorya arkeolojisi insanoğlunun yazı öncesi dönemlerini incelemektedir. İnsanlık tarihinin tümü 24 saat olarak farz edildiğinde yaklaşık beş bin yıllık geçmişle yazının son saliselerde keşfedildiği öne sürülebilir. Yazı öncesi bu dönem insanoğlunun yeryüzündeki 2.5 / 3 milyon yıllık macerasının neredeyse % 99,99’unu kapsarken, insanlık tarihinin bu uzun sürecinin “kültür turizmi” ve “arkeo-turizm” içindeki yeri ve önemi ise ülkemiz açısından hâlâ tam olarak anlaşılmamıştır.. Günümüzde ülkemizde tarih öncesi arkeolojik yerleşmeler büyük oranda, görsel çekiciliğe ve ayakta duran çarpıcı eserlere sahip yakın dönem ören yerlerine göre çok daha az tanınmakta ve ziyaret edilmekte ve / ya da bir kez ziyaret edildikten sonra “hayal kırıklığı” içinde çoğunlukla bir daha gitme isteği uyandırmamaktadır. Bu kapsamda Anadolu’daki tarih öncesi ören yerlerinden Göbeklitepe, Çatalhöyük, Troya, Alacahöyük, Körtik Tepe, Domuztepe, Arslantepe gibi bilim dünyasında son derece iyi tanınan höyüklerin, Efes, Antakya, Ayasofya, Kapadokya, Mevlana Müzesi gibi ören yeri ve müzelerin yanında tanınırlığı

ve pazar payı çok daha düşüktür. 2019 yılı istatistiklerine göre ülkemizde en çok ziyaret edilen müze ve ören yerleri incelendiğinde, ziyaretlerin daha çok yakın döneme ilişkin merkezlere yapıldığı görülmektedir (Tablo 1).

Bu durum, genelde bölgeye yönelik talebin büyük bölümünün yakın döneme ait kültür eserlerine dönük olduğu ve özellikle Roma dönemi eserlerinin büyük pay sahibi olduğunu ortaya koyan Gülcan (2010) tarafından yapılan çalışmayı desteklemektedir. Oysa bu döneme ilişkin kültürel miras öğeleri, Roma İmparatorluğu zamanında geniş bir coğrafyaya yayılmış olması nedeni ile Türkiye sınırları dışında tüm Akdeniz çanağında bulunmakta ve bu anlamda ülkemizin uluslararası turizm pazarındaki rekabet üstünlüğünü azaltabilmektedir (Gülcan, 2010). Ülkemiz tarih öncesi ya da Prehistorya arkeolojisi açısından son derece zengin ve “eşsiz” kalıntılara sahiptir. Bu noktada ülkemizin tarih öncesi döneme ilişkin potansiyeli ile uluslararası rekabet gücünü yükseltmesi mümkündür.

Tablo 1: 2019 Yılında Ülkemizde En Çok Ziyaret Edilen 10 Örenyeri

Örenyeri	Ziyaretçi Sayısı
Denizli Pamukkale (Hierapolis)	2.557.868
İzmir Efes	1.855.694
Nevşehir Göreme	1.403.444
Nevşehir Kaymaklı Yeraltı Şehri	632.970
Çanakkale Troia	583.491
Aksaray İhlara Vadisi	566.917
Nevşehir Derinkuyu Yeraltı Şehri	456.369
Şanlıurfa Göbeklitepe	400.195
Antalya Aspendos	320.856
Nevşehir Zelve	279.296
Antalya Myra	274.605

Kaynak: Dösim Muze İstatistikleri (2019)

Diğer taraftan Tablo 1’de yer alan tarih öncesi merkezlerden Troya ve Göbeklitepe’nin toplam ziyaretçi sayıları dahi tek başına Hierapolis veya Efes antik kentlerinin aldığı rakamlara ulaşamamıştır. Hatta yakın zamana kadar (Unesco Dünya mirası listesine girmesi ve Turizm Bakanlığının çalışmalarından önce) Göbeklitepe ören yerinin yıllık ziyaretçi sayısı, bu merkezlerin belki de aylık aldığı ziyaretçi sayısına ancak denk düşmektedir (Tablo 2).

Tablo 2: Göbeklitepe Ziyaretçi Sayısı (2016-2019)

	2016	2017	2018	2019
Ziyaretçi Sayısı	20.831	-	70.420	400.195

Kaynak: Dösim Muze İstatistikleri (2016-2019)

Tabloda Göbeklitepe’nin Unesco Dünya Mirası Listesine girmesinin ziyaretçi sayısında olağanüstü bir artışa sebep olduğu görülmektedir. Artıştaki bu sürdürülebilirliği sağlamak çok paydaşlı etkin plan ve politikalarla desteklenmelidir. Nitekim Çatalhöyük ören yerinde de UNESCO Dünya Miras Listesine girdiği 2012 yılını takiben bir kaç yıl için ziyaretçi sayıları artmış, 2017 yılında ise tekrar 2012 seviyesinin altına düşmüştür (Tuncer ve Bulut, 2019). Bu bağlamda çalışmada öncelikle kültür turizmi ve arkeo-turizm ile ilgili teorik ve sayısal bir alt yapı incelemesine yer verilmiş, söz konusu erken ve geç yerleşmelerin kültür turizmindeki pazar payı ortaya konulmuştur. Ayrıca Göbeklitepe örneği üzerinden tarihcileri yerleşmeler için; “Tarihin sıfır noktası” gibi sloganlar neyi ifade etmektedir? Göbeklitepe nedir, ne değildir? Ziyaret edecekler için Göbeklitepe gibi kültürel merkezlerin tanıtım faaliyetleri hangi bilimsel temel üzerine inşa edilmelidir? sorularıyla konuya öznel bakış açısı üzerinden dikkat çekilmeye çalışılmıştır.

2. GÖBEKLİTEPE: “TARİHİN SIFIR NOKTASI”

Kültür ve Turizm Bakanlığı, müze ve örenyeri istatistiklerine göre Göbeklitepe'nin kültür turizmi açısından popüleritesi yakın zamanda artmış, yerleşme çeşitli resmi ya da özel kuruluşlar tarafından son yıllarda tanıtılmaya (dolayısıyla tanınmaya) başlanmıştır. Oysa bu ören yeri daha ilk keşfedildiği dönemden itibaren bilim dünyası tarafından bilinen ve sonuçları heyecanla beklenen bir arkeolojik merkezdi. Ünlü Prehistoryacı Mehmet Özdoğan'a göre Göbeklitepe'nin bakanlık dahil diğer kesimlerin ilgisini çekmesi 2011 yılındaki “National Geographic” belgeseli ile birdenbire gerçekleşmiştir (Arkeolojik Haber, 2020: <https://www.arkeolojikhaber.com/haber-gobeklitepeyi-turkiye-de-sanliurfa-da-cok-gec-anladi-24746/>). 2018 yılında Unesco Dünya Miras Listesi'ne girdikten sonra, 2019 yılının Bakanlık tarafından “Göbeklitepe Yılı” ilan edilmesi, bu kapsamda çeşitli reklam kampanyalarının düzenlenmesi, “tarihin sıfır noktası” gibi akılda kalıcı sloganlar ortaya atılması ve hatta “Atiye” “Rafadan Tayfa” gibi popüler dizi ve çizgi filmlerde Göbeklitepe temasının işlenmesi, yerleşmenin daha da ön plana çıkmasını sağlamıştır.

Bu ve benzeri kampanyalarla Göbeklitepe gibi tarih öncesi yerleşmelere gelen ziyaretçiler için “tarihin sıfır noktası”, “önce tapınak kuruldu sonra kentler” gibi sloganların neyi ifade ettiği ise yeterince tartışılmamıştır. Bu noktada somut kültürel miras olarak kabul edilen Prehistorik ören yerlerinin gelecek kuşaklara aktarımı ancak planlı ve sürdürülebilir turizmin bir parçası olarak bölgesel turizm plan ve politikalarında ele alınmasıyla mümkündür. Kültür turizminde paydaşlar arası sürekli iletişim, doğru bilgi üretme, stratejik kültür turizm politikası geliştirme, hedefe dönük kültür turizmi pazarlama etkinliği oluşturma, kültürel koruma sağlama, yeni teknolojileri etkin bir şekilde kullanma ve paydaş iş birliğini teşvik etme istenen düzeyde bir faaliyetin geliştirilmesi açısından oldukça önemlidir (UNWTO, 2018). Alana yönelik ziyaretlerin sürdürülebilir ve sürekli olması noktasında Göbeklitepe gibi bir UNESCO merkezinin nasıl tanındığı ve tanıtıldığı ya da anlatıldığına iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Bu noktada bazı ülkelerin tanıtım için esprili sloganlar bulduğu görülmektedir:

Örneğin; ekonomik ve siyasal sorunlarla boğuşan Venezuela “İflas ettik herşey için pazarlık yapabilirsiniz” derken, Tayland “Bir sonraki Tsunami için hazırız” sloganıyla ön plana çıkmaktadır (Urfanatik 2019: <https://www.urfanatik.com/haber/3507807/turkiyenin-turizmdeki-esprili-slogani-gobeklitepe-oldu>).

Türkiye ise turizm tanıtımında 2019 yılının Göbeklitepe yılı ilan edilmesiyle söz konusu yerleşmeye atfen “tarihin sıfır noktası” sloganını ön plana çıkarmıştır (Kultur Portalı 2019: <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/2019-gobeklitepe-yili>; Muze 2020: <https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=SGT01&DistId=SGT>).

Yukarıda verilen örnek üzerinden basit bir karşılaştırma yapıldığında, ülkemizin sloganının diğer ülkelerinkine göre daha farklı ve kompleks olduğu görülecektir. Sloganın içinde doğa ve alışveriş gibi vurgulardan ziyade “kültür, tarih, başlangıç ve eskilik” gibi anahtar kelimeler yer aldığı ve “tarihin ve insanlığın başlangıç yeri” iması var olduğu için, bu “ağır” sloganın içinin iyi doldurulması gerekmektedir. Göbeklitepe'nin uzun soluklu sponsorlarından Doğu Grubu ile Kültür ve Turizm Bakanlığının ortaklaşa hazırladığı web sayfası mimari dışındaki taşınabilir objelerin fotoğraf ve bilgilerine yer vermesi bakımından ise oldukça önemlidir (Zeropointintime 2020: <http://www.zeropointintime.com/>). Ancak sayfada mimari planlar ve tabakalanma ile ilgili eksiklikler ve bazı teknik sorunlar göze çarpmakta, bu noktada oluşturulan web sayfasıyla “tarihin sıfır noktası / zero point in time” sloganı ön plana çıkarılsa da “ağır/yoğun” sloganın içinin ve anlamının tam doldurulmadığı görülmektedir. Bu tek başına ortaya çıkarıp inceleyenlerin yani kültür tarihçilerinin değil, turizm sektörü ve ziyaret edenlerin yani tüm paydaşların üzerine düşen bir sorumluluktur. Ayrıca tanıtım, turizm ve ziyaretçi anlamında bu slogan üzerinden yürütülen pazarlama stratejilerinin başarısı iyi değerlendirilmelidir.

3. BİLİM DÜNYASINDA GÖBEKLİTEPE

3.1. Göbeklitepe Nedir?

Farklı formasyonlara sahip araştırmacılar ve turizm sektörü için Göbeklitepe'nin neyi ifade ettiğinin öncesinde, akademik boyutta bilim insanlarının Göbeklitepe gibi bir merkezi nasıl tanımladığı ya da ele aldığı incelenmelidir. Yerleşme kamuoyunda tapınaklar alanı ve bir tür kutsal alan / inanç merkezi olarak tanınmış olsa da, bilim

insanları için gündelik işlerin yapıldığı “dünyevi” bir yaşam alanı olmayıp, işlevi ve tanımlanması konusunda temkinle yaklaşılması gereken bir “kamusal alan” olarak tanımlanmaktadır..

Göbeklitepe'nin ünlü hafiri Klaus Schmidt tarafından ören yeri şöyle tanımlanmaktadır: “...Göbeklitepe avcı ve toplayıcıların kullandığı, ölümlere / atalara adanmış bir kutsal alan olup, dönemin diğer merkezlerinden Çayönü, Nevalı Çori ya da Mureybet vb. gibi bir yerleşim yeri değildi. Gündelik hayatın geçtiği, sıradan işlerin yapıldığı dünyevi işlevi olan bir yerleşme değildi. Ayin ve dini amaçlı kullanılmış olmalıydı” (Schmidt, 2005, 2007a, 2007b, 2007c). Schmidt, gerçekleştirdiği kazılar esnasında mezarlara rastlamasa da Göbeklitepe'nin kafatası / ata kültürüne (skull / ancestor cult) adanmış bir yer olması gerektiğini ve kazılar ilerledikçe bununla ilgili kanıtların ortaya çıkacağını öne sürmüştü. Nitekim son yıllardaki çalışmalarda çok sayıda insan iskeleti kalıntıları ve işlemden geçirilmiş kafatasları gün yüzüne çıkarılmıştır (Gresky vd., 2017). Ancak söz konusu insan kalıntılarını inceleyen bilim insanları ve bölgede Göbeklitepe benzeri yerleşmeleri kazın arkeologlar yine Göbeklitepe'yi doğrudan atalara adanmış bir “tapınak” alanı olarak tanımlamaktan kaçınırsalar da, kafatası kültürü ile ilişkilendirmişlerdir (Arkeofili 2019: <https://arkeofili.com/gobeklitepe-hakinda-bilinmeyenler-dr-lee-clare-roportaji/>)

Göbeklitepe kazısının halen proje koordinatörlüğünü yürüten Lee Clare burası için “tapınak” terimini kullanmaktan kaçınıp, “ritüelistik bir kamusal alan” tanımını kullanır, zira ona göre literatürdeki “tapınak” kavramı ve olgusu daha Kalkolitik ve Tunç Çağlara özgü, kompleks / kentli bir toplumun ürünüdür. Ayrıca T biçimli stellerin (dikilitaş / sütun) ya da çeşitli taşınabilir buluntuların üzerinde görülen zengin ve kompleks sembolizme bakılırsa, Göbeklitepe yerel kimlik ve geleneklerin de biraraya toplandığı ve sergilendiği, yani bölgede yaşayan klanların sembollerinin ifade edildiği bir yerleşme idi (Arkeofili 2019: <https://arkeofili.com/gobeklitepe-hakinda-bilinmeyenler-dr-lee-clare-roportaji/>; Tepe Telegrams 2020: <https://www.dainst.blog/the-tepe-telegrams/author/tepetelegrams/>).

Bilim insanlarına göre Göbeklitepe kültürel ve sosyal bağlamından bağımsız değerlendirilmemeli ve yakın çevresinde T biçimli stelleri olan Sefertepe, Hamzan Tepe, Taşlı Tepe, Kurt Tepesi, Karahantepe ve Harbetsuvan Tepesi (Çelik, 2015, 2016) gibi başka yerleşmeler olduğu gibi Körtik Tepe (Özkaya ve Coşkun, 2011), Gusir Höyük (Karul, 2011), Boncuklu Tarla Höyük (Kodaş, 2018), Çemka Höyük (Kodaş ve Genç 2019) ve Hasankeyf Höyük (Miyake vd., 2012) gibi çağdaş, ancak T biçimli olmayan dikilitaşlarla yapılmış kamusal alanları olan başka yerleşmelerle birlikte ele alınmalıdır. Göbeklitepe söz konusu yerleşmelerden gelen grupları ve bireyleri kendine çeken sosyal ve kamusal bir toplanma alanı olmalıydı. Ancak sayıları gittikçe artan T biçimli dikilitaşların ortaya çıkarıldığı kamusal yapılara sahip Karahantepe ve Harbetsuvan Tepesi gibi diğer yerleşmeler, Göbeklitepe'nin dönem kültürü içindeki yerini yeniden sorgulamayı gerektirecek görünmektedir.

Yine bölgede çok sayıda çalışma yaparak, Göbeklitepe benzeri ve çağdaş yerleşmeleri keşfeden Bahattin Çelik de, bölgede ortaya çıkarılan söz konusu yapıların “uhrevi” kamusal yapılar olduğunu ve hatta Harbetsuvan Tepesi, Karahan Tepe ve Göbeklitepe'nin yakın çevresindeki tuzak çukurlarına bakarak söz konusu yerleşmelerin olası işlevlerinden biri olarak yaban av hayvanları için soğukhava et deposu olarak kullanılmış olabileceğini öne sürmektedir (Çelik, 2016).

Göbeklitepe'nin yanı sıra, aynı kültür bölgesinde varlığı saptanan ve bu yerleşme ile benzerlikler taşıyan yerleşmelerin ortaya çıkarıldığı coğrafi alan Mehmet Özdoğan tarafından “Göbeklitepe Kültürü Bölgesi” olarak tanımlanmış ve 2019 yılında Urfa, Harran Üniversitesi tarafından düzenlenen “Göbeklitepe ve Neolitik Çağ Yerleşmeleri Kongresi”nde arkeoloji dünyası terminolojisine dahil olmuştur (Harran Üniversitesi 2019: <http://ignsc2019.harran.edu.tr/>; Aktüel Arkeoloji 2020: <https://aktuelarkeoloji.com.tr/kategori/arkeoloji/gobekli-tepe-yi-anlamak>; Bilim ve Ütopya 2018: <https://bilimveutopya.com.tr/gobeklitepe-kulturunun-ayricaligi>);). Bu kültür, coğrafi olarak Kuzey ve / ya da Yukarı Mezopotamya olarak adlandırılan Güney Doğu Anadolu bölgemizdeki Urfa, Adıyaman, Gaziantep, Diyarbakır, Batman, Siirt ve Mardin gibi illerimizi ve dönemselsel olarak ise MÖ yaklaşık 10 bin – 7 bin yılları arasına tarihlendirilen ve yaklaşık 3 bin yıllık bir süreci kapsayan Çanak Çömleksiz (Akeramik) Neolitik Çağ kapsamaktadır. Özdoğan, Göbeklitepe'yi içinde yaşadığı kültürel bağlamından bağımsız düşünmenin çok eksik bir bilgi yığını yaratacağını belirtmekte ve Göbeklitepe'de kamusal yapıların dışında domestik yapılar da olabileceğini öne sürmektedir. Özdoğan son yıllarda verdiği çok sayıda konferansta Göbeklitepe'deki anıtsal yuvarlak yapıları doğrudan “tapınak” olarak nitelendirmekte ve hatta Göbeklitepe'deki “din” olgusu ile ilgili belirgin

tanımlamalar ve yorumlar yapmaktadır (Tursab 2019: <https://www.youtube.com/watch?v=wz-KiOopDVU>; Bilim Akademisi 2020: <https://www.youtube.com/watch?v=N7XvL7AeYjc>; Arkeomedya 2020: <https://www.youtube.com/watch?v=Wpuo73tGoOQ>).

Daha önce belirtildiği gibi, yaklaşık 20 yıl boyunca kazılan Göbeklitepe’de tabakalanma ile ilgili ciddi problemler olduğu ve yuvarlak planlı kamusal yapıların çevresinde bazı tam olarak tanımlanmamış sivil mimari yapılar olabileceği ifade edilmektedir (Arkeofili 2019: <https://arkeofili.com/gobeklitepe-hakinda-bilinmeyenler-dre-lee-clare-roportaji/>). Diğer taraftan bu yapıların domestik yapılar olduğu anlaşılabilirse bile, Göbeklitepe’nin yaklaşık 1200 yıllık en erken yuvarlak planlı kamusal yapılar serüveni ile ne kadar örtüştükleri de bir başka soru işaretidir. Ören yerinin tabakalanmasının aydınlanması konusunda ileride yapılacak çalışmalarda, olası “dünyevi” yapılar ile “uhrevi” yapıların zamansal olarak çakıştıkları anlaşılırsa, o zaman Göbeklitepe’nin yalnızca ritüelistik amaçlar için çevredeki nüfusu bünyesinde barındıran bir kutsal alan olduğu iddiası yeniden gözden geçirilmek zorunda kalacaktır.

Bölgede çalışan çoğu bilim insanı Göbeklitepe’ye bir “tapınaklar alanı” demekten kaçınsa da ve burası ile ilgili yerel kimlik ve geleneklerin karşılaştığı, bulunduğu, görücüye çıktığı bir kültürel ve kamusal alan tarifi yapsa da, içinde onlarca stelin yer aldığı yirmiden fazla anıtsal yapının olduğu bu alan her yere yayılmış karmaşık sembolik eserleri ve ortaya çıkarılan işlenmiş kafatasları ve insan kemikleri ile dünyevi bir boyuttan daha çok uhrevi bir boyuta yakın görünmektedir (Özdöl, 2011). Göbeklitepe’nin bölgenin genlerine işlemiş uhrevi kimliği, kazı çalışmalarının başlamasından önce bölge halkının höyüğü zaten bir “ziyaret yeri” olarak görerek bir dilek ağacı oluşturmaktan da anlaşılmaktadır. Günümüzde dahi tüm kutsal alanlarda aslında dünyevi boyut ile uhrevi boyut iç içe geçer ve dini bir ideoloji çevresinde insanları buluşturan bu alanlar aynı zamanda farklı coğrafyalardan gelen toplumların buluşması, tanışması, kaynaşması ve maddi/manevi alışverişin yapılmasına ev sahipliği yapmaktadırlar.

3.2. Göbeklitepe Ne Değildir?

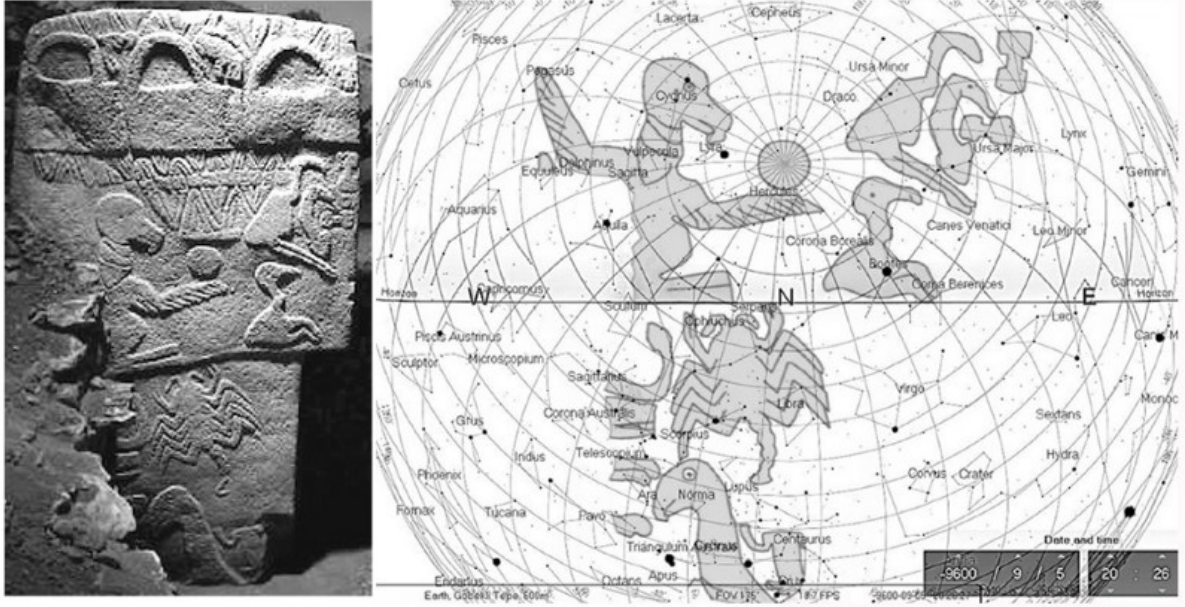
Yerel bir web sitesindeki Göbeklitepe’ye ilişkin bir pasajda şöyle denilmektedir: “...*Gelinen noktada yeni yeni yazıtların vs. ortaya çıkacağı söyleniyor... Mistik havası ve birçok sırrı içinde barındırması gizemine gizem katıyor... Piramitlerden 7000 yıl, İngiltere’deki meşhur Stonehenge’den 6000 yıl daha eski... Üstelik onlar gibi gizemli, şaşırtıcı ve gökyüzüyle bağlantılı... Bilinen insanlık tarihini alt üst eden, ders kitaplarını yeniden yazdıran Göbeklitepe’ye, ~12.000 yıl önceye gidiyoruz...*” (Yerelnet 2020: https://www.yerelnet.org.tr/tarihiyerler/gobekli-tepe/?gclid=EAlaIqobChMI6s2O4KGz6AIVz9DeCh04TgYTEAAAYASAAEgKgc_D_BwE).

Yazının MÖ 3000 li yılların başında keşfedildiği düşünülürse, yazıdan 7000 yıl daha önceye tarihlenen Göbeklitepe’de “yeni yeni yazıtlar bulundu” ifadesi kültür tarihi açısından oldukça büyük bir yanıltır. Ayrıca hem bu yazıda, hem de Atiye gibi popüler yayınlarda vurgulandığı gibi Göbeklitepe’nin gökyüzü ile bağlantısı konusunda hiç bir somut kanıt yoktur (Tepe Telegrams 2020: <https://www.dainst.blog/the-tepe-telegrams/faq/>). Mistik, gizemli, şaşırtıcı, sırlarla dolu gibi ifadelerin “Tarihin sıfır noktası” sloganının içini ne kadar doldurabildiği ve yerleşmenin kendisi ile ilgili ne kadar gerçek ve somut bir algı oluşturduğu iyi düşünülmelidir. Burada doğru olan tek bilgi; neden olduğu açıklanmasa da ders kitaplarını yeniden yazdırması ve Mısır Piramitleri ile İngiltere’nin ikonik taş anıtına göre 6-7 bin yıl daha eski olmasıdır.

Göbeklitepe ile ilgili bir başka gazete haberinde: “...*İngiltere’deki Edinburg Üniversitesi arkeologları bu yıl Göbeklitepe’de 13 bin yıl önce Dünya’ya bir kuyruklu yıldızın çarptığını ve Dünya’nın tüm dengesinin değiştiğini anlatan bir tablet bulmuştur. Sit alanında çanta taşıyan Tanrı tasvirlerinin Güney Amerika halklarından kalma eserlerdeki tasvirlerle birbirine benzediği ortaya çıkmış..*” ifadesi yer almaktadır (Milliyet Gazetesi 2020: <https://www.milliyet.com.tr/gobeklitepe-de-avustralya-aborjinleri-ne-ait-sembollere-rastlandi-molatik-9122/>).

Tablet, yazının yazıldığı bir levhadır, ancak yazı ilk kez Göbeklitepe’den yedi bin yıl sonra kullanılmıştır.. Ayrıca Göbeklitepe’de çanta taşıyan Tanrı tasviri olarak tanımlanabilecek bir konu mevcut değildir. Göbeklitepe’de bulunan bir stel üzerindeki kabartmayı (Resim 1) konu alan bu iddiada, akbabanın elindeki yuvarlağı Dünya kutbuna yerleştirip, diğer hayvan figürlerini de yıldız takımları olarak dağıtmışlardır. Ancak stel üzerindeki motifleri, koordinat sisteminde istenilen noktaya yerleştirerek Göbeklitepe’deki figürlerin astronomiyle bağlantısı olduğunu söylemek bilimsel bir yaklaşım olmayıp, arkeolojideki tüm buluntuları ve kanıtları birarada değerlendirmeyi gerektiren temel yaklaşıma ve metoda ters düşmektedir (Bilimma 2020: <https://www.>

bilimma.com/gobeklitepe-hakkinda-kisaca/). Arkeologların da belirttiği gibi Göbeklitepe bir rasathane olmayıp, arkeolojik buluntularda astronomik izlere de rastlanılmamıştır (Tepe Telegrams 2020: <https://www.dainst.blog/the-tepe-telegrams/faq/>). Diğer taraftan, yüzbinlerce yıl gökyüzünün altında yaşam savaşı veren “akıl sahibi” insan, yıldızları ya da gökyüzünü izleyip gözlemlemiş, bir takım bilgilere ulaşmış ve sembolik yorumlarda pekala bulunmuş olmalıdır. Ancak bugün için bu gözlem ya da deneyimin kanıtları Göbeklitepe’de arkeolojik olarak mevcut değildir. Üstelik akbabanın kanadı üstünde duran top şeklindeki tasvir, Yakındoğu’da geniş bir coğrafyada binlerce yıl boyunca görülen kafatası / ata kültü ile ölüm olgusu ile ilişkilendirilen akbaba bağlantısına işaret eden bir “baş” sembolüdür.



Resim 1. 43 Nolu Stel (Sol) ve Steldeki Kabartmanın Harita Üzerine Yerleştirilmesi (Sağ)

Kaynak: Bilimma 2020: <https://www.bilimma.com/gobeklitepe-hakkinda-kisaca/>

Göbeklitepe’de ortaya çıkarılan 43 No.lu stel (sol) ve bu stel üzerinde yer alan kabartmayı temel alarak akbabanın elindeki yuvarlağı Dünya kutbuna yerleştirip, diğer hayvan figürlerini de yıldız takımları olarak dağıtarak Göbeklitepe’deki figürlerin astronomiyle bağlantısı olduğunu iddia eden çalışmaya ait çizim (sağ) resmin açıklanması resmin altına yapılmıyor mu?

Göbeklitepe’de ortaya çıkan semboller Avusturalyalı yerlilerle yani Aborjinlerle (Resim 2) bağdaştıran, burayı Adem ile Havva’nın cennetten kovulduktan sonra yeryüzünde yaşadığı yer ile ilişkilendiren, görünmez güçlerin ya da uzaylıların inşa ettiğini iddia eden çoğu oldukça spekülasyon yazılarla ve haberler de yine basında kendisine yer bulabilmektedir.



Resim 2. Göbeklitepe’de Çıkarılan Sembol ve Avustralyalı Aborjinlerle Kıyaslayan Haber

Kaynak: Bilimma 2020: <https://www.bilimma.com/gobeklitepe-hakkinda-kisaca>

Diğer taraftan yine Prehistorik bir merkezin tanıtımı ve pazarlanması anlamında konusunu doğrudan Göbeklitepe’den alan Atiye dizisini değerlendirmek bu noktada iyi bir örnek oluşturacaktır. Belki de daha çok yurt dışı tanıtımına ya da yurt içinde yabancı dizi merakı olan genç ve orta yaşlı bir kesime hitap eden Atiye dizisinde “tarihin sıfır noktası” imajı nerededir? Atiye dizisinde Göbeklitepe’nin kendisinden yani ortaya çıkarılmış eserlerinden ziyade, altında yani tepenin içinde hiç var olmayan bir mağaradaki dehlizler ile koridorlara dikkat çekilmekte ve ilgi bu dehlizlerdeki hayali ve astrolojik hikayelere yönlendirilmektedir. Bir başka deyişle Göbeklitepe’ye doğa üstü atıflar yapılarak, adeta yıldızlara tapılan bir yıldız gözlem evi / rasathane imajı verilmektedir. Göbeklitepe’yi derslerden tanıyan ve diziyi izleyen turizm rehberliği öğrencilerine sorulduğunda, kendilerine öğretilen bilgi ve vurgularla dizinin herhangi bir ilgisi olmadığı ve Göbeklitepe’nin yanlış bir imajla tanıtıldığını ifade eden öğrenci sayısı sınıf mevcudunun tamamına yakındır.

4. GÖBEKLİTEPE İÇİN NASIL BİR SLOGAN?

Kültür turizmi temalı “Tarihin Sıfır Noktası” sloganının içinin dolmasındaki en büyük engel kuşkusuz toplumumuzun büyük bölümünün “tarih bilinci” algısı ve sevgisi ile ilgili olumsuz tablodur. Toplumumuzdaki tarih algısı büyük oranda; tüm insanlık tarihini, kendi kimliğini ve dünyadaki varoluş problemini idrak etmek üzere incelemek yerine, çoğu zaman esrarlı kaçakçılık hikayeleri, uzaylı kökenler, yıldız falları, milliyetçilik ve din temalı ya da yani göze güzel gelen estetik (müzelik) eserleri görmek üzere odaklanmış ve inşa edilmiş bir algıdır (bknz. 1. Bölüm).

Aslında yukarıda verilen örnekler Göbeklitepe’nin bir şekilde kendinden söz ettirdiğini, birçok kesim ve kişi tarafından tanındığını göstermektedir. Göbeklitepe ile ilgili sanal medya haberlerine ve yayınlarına bakıldığında farklı formasyonlardan birçok araştırmacı, bilim insanı ve hatta astrolog, medyum ya da “seçilmiş” kişi olduğunu iddia eden “meraklı” tarafından dikkatle izlenen bir ören yeri olduğu anlaşılmaktadır. Tüm bunların bir yandan

bilgi kirliliğine yol açarken, diğer taraftan Göbeklitepe'yi konuşulur, merak edilir ve tartışılır kıldıkları da ortadadır. Bu örneklerin ardından Göbeklitepe gibi Prehistorik merkezlerin turizm açısından nasıl tanıtılması gerektiği öncelikle araştırılması gereken bir konuyu oluşturmaktadır. Bu durumda konuya reklamın iyisi kötüsü olmaz yaklaşımı üzerinden mi bakılacağı yoksa kültürel merkezlere gelecek ziyaretçiler açısından "bilinçli ve gerçekçi bir tanıtımla sürdürülebilirlik" hedefi üzerinden mi yaklaşılması gerektiği tartışılmalıdır.

Öteyandan ziyaretçilerin Göbeklitepe'yi nasıl algıladıkları araştırılmalıdır. Ziyaretçiler bu kadar uzak bir geçmişte dolaşmak ve bu geçmişi inşa etmek konusunda heyecan duymakta mıdır? Duydukları heyecan; burasının Adem ile Havva'nın "cennet" bahçesi, kayıp "Mu" kıtası ya da kehanet ve yıldız gözlem merkezi gibi spekülasyon, mistik ve astrolojik yaklaşımlardan mı, yoksa ayakları daha yere basan bilimsel önermelerden mi kaynaklanmaktadır? Ziyaretçiler için "tarihin sıfır noktası" vurgusu neyi ifade etmektedir? İnsanlık tarihi için büyük önem taşıyan bu dönem ve ören yeri bilimsel olmayan söylemlerin cazibesi ile değil, uygarlık tarihi bilinci ile değerlendirilmeli ve sahip olunan kültürel varlıklarla ilgili sorumluluk ve yükümlülükler göz ardı edilmemelidir. *Mistik, şaşırtıcı, gizemli, sırlarla dolu gibi tanımlamalar yapmadan ve spekülasyon bir anlam yükleyip, bunun üzerinden reklam kampanyaları yürütmeden de, burası zaten kendi gerçek kimliğinde önemli bir yer değil midir? İnsanın kendi kimlik kaygıları, kültürel ve bilişsel gelişimi ve kutsalla olan ilişkisindeki önemli bir dönüm noktasını ve şimdiye kadar bilinenden farklı büyük bir resmi göstermiyor mu?* gibi sorulara verilecek ayrıntılı cevaplar ve bu konuda ortaya konulacak bilimsel ve felsefi yaklaşımlar ile "tarihin sıfır noktası" gibi ağır bir sloganın hakkını vermek mümkün olabilecektir şeklindeki yanıtlar, bilimsel yaklaşım ve felsefe ile gerçekten de "tarihin sıfır noktası" gibi ağır bir sloganın hakkını verilebilir. Nihayetinde, Göbeklitepe'yi "uzaylılar" yapmasa da, burası "cennetin kapısı" olmasa da ya da steller üzerinde bir "kuyruklu yıldız çarpması" betimlenmese de Göbeklitepe çok önemli sembol bir ören yeridir.

5. İNSANOĞLUNUN BİLİŞSEL VE RUHSAL GELİŞİMİ AÇISINDAN GÖBEKLİTEPE

Tarih öncesi (Prehistorik) toplumların dünyasında insanın doğumdan ölüme tüm dünyası kutsallıkla çevrelenmiştir ve kutsallık tüm eşyalara ve eylemlere yayılmıştır. Kutsal olan (sacred) ile kutsal dışı (profane) ayrımı oldukça belirsizdir ve bir yapı, nesne ya da eylemin dünyevi yönü ile uhrevi yönü iç içe geçebilir (Hodder 1982, 2010, 2013; Eliade 1991, 2003). Kutsal olanın olmayandan ayrılması modern dünyanın dayatmasıdır. Ünlü dinler tarihçisi Mircea Eliade "kutsal"ın insanın sonradan edindiği bir tecrübe değil, bilincin içindeki bir unsur olduğunu belirtmekte ve diğer canlılar içinde insanı "homo religious ve homo symbolicus" yani "din / inanç sahibi ve sembol yapan" olarak tanımlamaktadır (Eliade 1991). Kutsallığın kültürleri belirlediği ve her yere / şeye tezahür ettiği bu bakış açısına göre insanlık tarihi aynı zamanda bir bakıma "dinler ve inançlar tarihi" olarak düşünülebilir. Arkeolojik merkezler ve müzeler dinsel içeriği olan sembolik eserler ve anıtsal yapılar ile doludur. Göbeklitepe de kutsal ile kutsal dışı anlam ve eylemlerin iç içe girdiği / geçtiği ve beraberce var olduğu bu yerleşmelerden biri olarak değerlendirilebilir.

Diğer taraftan, tüm bu sözü edilen olgulara ev sahipliği yapan Urfa, Göbeklitepe'nin keşfinden önce de zaten dünyanın en iyi tanıdığı inanç merkezlerinden birini oluşturmaktaydı. Urfa, Yahudilere ve Tevrat'a göre tüm Yakınoğdu dinlerinin, daha doğrusu Sami dinlerinin atası sayılan Hz. İbrahim'in yaşadığı yerlerden biridir. İslami gelenekte Urfa'daki İbrahim Makamı ve Balıklıgöl, İbrahim Peygamberin Urfa'da doğduğu ve meşhur anlatıdaki Nemrut tarafından orada ateşe atıldığı varsayımı ile ünlüdür. Ayrıca Harran, Soğmatar (Albayrak ve Çelik 2019) gibi merkezlerdeki Sin (Ay) kültürünün varlığı ve Şuayip (Şuayb) Makamı ve Eyüp Makamı gibi motiflerin dinler tarihindeki ve inanç turizmindeki yeri zaten çok büyüktür ve bilinmektedir. Göbeklitepe ile bu özellik, yüzlerce kuşak ve binlerce yıl önceye taşınmış ve dini / uhrevi kimlik adeta Urfa'nın genlerine işlemiş, hafızasına kazınmış ortak hafızanın bir ürünü haline dönüşmüş gibidir. Urfa'daki tüm dini motifler ve olgular için Göbeklitepe adeta bir prototip / arketip oluşturmaktadır.

Bu durumun bir benzeri Konya için de örneklenebilir. Günümüzde Mevlana Müzesi yoluyla ziyaretçisi ile buluşan Mevlana'nın yaşadığı dini kimlik ve anlayışın genetik kökleri büyük olasılıkla yine Tarih öncesi bir yerleşmeye çıkar: Çatalhöyük. Burada, kutsal / kamusal mimari Güneydoğu Anadolu'daki Akeramik Neolitik yerleşmelerde görüldüğü gibi belirgin bir biçimde gözlenmese de, zengin ve kompleks sembolizmin yansıdığı sanat eserleri ve ele geçen yüzlerce ev içi gömüt ile karakterize olmuş mimari; adeta bir "mezarlıklar kenti" olan Çatalhöyük'te ölümler dünyası ile yaşayanlar dünyasının aynı mekan ve anı kullandığını net bir biçimde kanıtlamaktadır.

Açıkça anlaşıldığı üzere bugünkü kimlikler birdenbire ortaya çıkmayacağı gibi, iki üç bin yıl önceki Yunan ve Roma uygarlığında da ortaya çıkmamıştır. Kartopu gibi büyüyen ortak kültürümüzün kökleri bugünün çok uzağında yazı ve tarih öncesine uzanmaktadır. Bu kökler Göbeklitepe, Çatalhöyük, Troya, Alacahöyük, Körtik Tepe gibi tarih öncesi yerleşmelerde saklıdır. Kültür turizmi kapsamında yerleşmeler tanıtılırken bu konunun altı kalın bir biçimde çizilebilir. Böylece Türkiye için seçilen “tarihin sıfır noktası” sloganı daha anlamlı olacak ve kimlik kazanıp içi dolabilecektir.

6. SONUÇ

Yukarıda sözü edilen tarih öncesi yerleşmelere dair ilgi ve bilginin nasıl artırılıp sürdürülebileceği bu çalışmada detaylı biçimde ele alınmaya çalışılmıştır. Bu yerleşmelerdeki kanıtların ortaya çıkarılıp yorumlanmasına, korunmasına ve tanıtılmasına çalışan arkeologlar, antropologlar, dinler ve kültür tarihçileri ve turizmciler hep birlikte disiplinlerarası projeler yürüterek bu uzak geçmişin doğru bilgisinin inşasına katkıda bulunabilirler. Tüm insanlık uzak geçmişine çok şey borçlu olup, insanlaşma süreci alet yapma (homo faber), dik yürüme (homo erectus) gibi özellikleri kazanmamızla bu uzak geçmişte başlamıştır. Mağaralar ve açık hava kamp yerleri, barınaklar ve sığınaklar olmasaydı höyükler ve Göbeklitepe olmayacak, bu durumda Efes antik kenti ve antik kentlerdeki tapınaklar ve olağanüstü heykeltraşlık eserlerinden söz edilemeyecek, belki de Ayasofya, Selimiye, Kapadokya ve Mevlana Camisinden bahsedilemeyecekti. Bir astrofizikçi için karadelikler ne ifade ediyorsa, ya da bir biyolog için hücrenin en küçük yapı taşı, bir kültür tarihçisi için de gidilebilen, bilinebilen en uzak geçmiş o kadar heyecan verici ve önemlidir ve deyim yerindeyse “şifreler” orada gizlidir. Tüm insanlık tarihini birçok halkası kayıp bir zincir olarak görme mantığına sahip olunmadığında, “tarihin sıfır noktası” tabiri de boşlukta kalacaktır.

Bu türde birkaç sıra taş ya da kerpiç temel dışında görkemli kalıntıların ya korunmadığı ya da mevcut olmadığı tarih öncesi yerleşmelerde “turizm rehberine” çok büyük iş ve sorumluluk düşmektedir. Binlerce yıllık bir höyükteki bu uzak geçmiş ve yaşantıyı eldeki sınırlı veriler ışığında canlandırmak kolay değildir. Bu tür erken yerleşmelerde turizm rehberi, neredeyse gördüğü değil, görmediği şeyleri konuklara anlatıp, hayalinde canlandırmasını sağlamak zorundadır. Bunun için teknolojik tüm olanakların kullanılmasının yanısıra, belki de daha önemlisi; bilgiyi üreten, pazarlayan, tanıtan ve peşine düşüp öğrenmeye çalışanların yani tüm “turizm zinciri”nin gerçek anlamda bir “tarih bilinci”ne sahip olmasıdır.

Söz konusu paydaşların hepsi yalnızca göz zevkini hoşnut eden 19. yüzyıl ile 20. yüzyılın başlarına ait “geleneksel arkeoloji” anlayışından sıyrılmalı, müzeli eser zevkine kapılmamalı ve bir bütün olarak insanlık tarihini “yerinde” idrak etmeye çalışmalıdır. Bu tüm insanlığın “asli” görevidir, zira özü itibarıyla insanoğlu “homo curious ve symbolicus” (meraklı ve sembol yapan insan) özelliği ile bu dünyada bugün için bilebildiğimiz “kimlik, benlik” kaygısı olan tek varlıktır. Dünya üzerinde hepimiz ortak bir geçmiş, hafıza ve akıl ile ortak bir kültürel mirası paylaşıyoruz. Dolayısıyla tüm insanlık tarihine dair bu türde bir “algı” öznel olarak belki de “ideal” ve “önerilebilir” bir algı olacaktır. Bir başka deyişle tümüyle korunmuş, eksiksiz, tüm özellikleriyle klasik bir sanat eseri formatına bürünmüş, estetik yönü kuvvetli, değerli materyallerden yapılmış, süslü bir hikayesi / mitolojisi olan çoğu geç döneme ait “müzeli” eşyalar ortaya çıkarıp, tanıtmak ve pazarlamak paydaşları heyecanlandırıyor olabilir. Bu duyguyu, yani arkeolojik kazılarda eksiksiz bir heykel ya da duvar resmi bulduğumuzda farklı bir heyecan duygusunu arkeologlar da yaşamaktadır. Bununla birlikte insanoğlunun “tarih” algısı bundan daha anlamlı ve “ulvi” olmalı ve insanoğlu “homo curious” özelliğinin içini daha iyi doldurmalıdır diye düşünüyoruz. Yani asıl inşa etmek istediğimiz ve varlığımıza anlam katacak olan olgu bir “kültür turizmi felsefesi” olmalıdır.

Bu çalışma da öznel bir bakış açısı ile kültür turizmi, arkeo-turizm ve tarih öncesi arkeolojisi ve turizmine dair bazı görüş ve önerilere dikkat çekilmek istenmiştir.

KAYNAKÇA

- Aktüel Arkeoloji (2020). Gobeklitepeyi anlamak. (7.09.2020) <https://aktuelarkeoloji.com.tr/kategori/arkeoloji/gobekli-tepe-yi-anlamak>
- Alaeddinoğlu, F. ve Yıldız, M. Z. (2007). "Türkiye'de Kültür Turizmi ve Algılanışı", *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, Ankara 10-15 Eylül 2007.
- Albayrak, Y. ve Çelik, B. (2019). "Soğmatar Çevresi Kaya Mezarları", *Karadeniz*, 1(43), 255-261.
- Arkeofili (2019). Göbeklitepe Hakkında Bilinmeyenler: Dr. Lee Clare Röportajı.(12.09.2020) <https://arkeofili.com/gobeklitepe-hakkinda-bilinmeyenler-dr-lee-clare-roportaji/>
- Arkeolojik Haber (2020). Göbeklitepe'yi Türkiye de Şanlıurfa da çok geç anladı (12.09.2020) <https://www.arkeolojikhaber.com/haber-gobeklitepeyi-turkiye-de-sanliurfa-da-cok-gec-anladi-24746/>
- Arkeomedy (2020). Neolitik Dönemi Yeniden Tanımlamak (13.09.2020). <https://www.youtube.com/watch?v=Wpuo73tGoOQ>
- Bilim Akademisi (2020). Kültürel evrimin kırılma noktaları (13.09.2020). <https://www.youtube.com/watch?v=N7XvL7AeYjc>
- Bilim ve Ütopya (2018). Göbeklitepe kültürünün ayrıcalığı (10.09.2020).<https://bilimveutopya.com.tr/gobeklitepe-kulturunun-ayrivaligi>
- Çelik, B. (2015). "New Neolithic Cult Centres ve Domestic Settlements in the Light of Urfa Region Surveys", *Documenta Praehistorica*, 42(1), 353-364., Doi: 10.4312/dp.42.25
- Çelik, B. (2016). "A small scale cult centre in Southeast Turkey Harbetsuvan Tepesi", *Documenta Praehistorica*, 43(1), 421-428., Doi: 10.4312/dp.43.21.
- DÖSİM (2016). 2016 Yılı müze ve örenyeri ziyaretçi istatistikleri (03.09.2020). <http://www.dosim.gov.tr/assets/documents/2016-ZIYARETCI-WEB-SITESI.pdf>
- DÖSİM (2017). 2017 Yılı müze ve örenyeri ziyaretçi istatistikleri (03.09.2020). <http://www.dosim.gov.tr/assets/documents/2017-ZIYARETCI-WEB-SITESI.pdf>
- DÖSİM (2018). 2018 Yılı müze ve örenyeri ziyaretçi istatistikleri (03.09.2020). <http://www.dosim.gov.tr/assets/documents/2018-ZIYARETCI-WEB-SITESI.pdf>
- DÖSİM (2019). 2019 Yılı müze ve örenyeri ziyaretçi istatistikleri (03.09.2020). <http://www.dosim.gov.tr/assets/documents/2019-ZIYARETCI-WEB-SITESI.pdf>
- Ekşi, E. (2020), Gömeklitepe Hakkında Kısaca. (Online Dergi). Bilimma, Elde Edilme Tarihi: 7 Eylül 2020, <https://www.bilimma.com/gobeklitepe-hakkinda-kisaca/>
- Eliade, M. (1991). *Kutsal ve Dindışı: Sacred and Profane*, (çev. M.A. Kılıçbay). Ankara: Gece Kitaplığı Yayınevi.
- Eliade, M. (2003). *Dinsel İnançlar ve Düşünceler Tarihi I, Taş Devrinden Eleusis Mysterialarına*, (çev. Ali Berktaş), İstanbul: Kocabalçık Yayınevi.
- Etili, Ö. B. (2016). *Göbeklitepe ve Ön-Türkler, Şamanların Gökyüzü Tapınağı*, İstanbul: Gece Kitaplığı.
- Harran Üniversitesi (2019). Harran üniversitesi uluslararası göbeklitepe ve neolitik çağ yerleşimleri kongresi (10.09.2020). <http://ignsc2019.harran.edu.tr>
- Gresky, J., Haelm, J., ve Clare, L. (2017). "Modified Human Crania from Göbekli Tepe Provide Evidence for A New Form of Neolithic Skull Cult", *Science Advances*, (3), 1-10.
- Gülcan, B. (2010). "Türkiye'de Kültür Turizminin Ürün Yapısı ve Somut Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklılaştırma İhtiyacı", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, (2)1, 11-120.
- Hodder, I. (1982). *Symbols in Action*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hodder, I. (2010). *Religion in the Emergence of Civilization. Çatalhöyük as a Case Study*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hodder, I. (2013). Sembolik ve Yapısalcı Arkeoloji. içinde: *Arkeoloji. Anahtar Kavramlar*, (Ed. C. Renfrew ve P. Bahn. çev. S. Somuncuoğlu), 234-39. İstanbul: İletişim Yayınevi.

- Karul, N. (2011). "Gusir Höyük", *The Neolithic in Turkey, The Tigris Basin*, (Ed. M. Özdoğan, N. Başgelen & P. Kuniholm), İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları, 1-19.
- Kızırlırmak, İ. ve Kurtuldu, H. (2005). "Kültürel Turizmin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma", *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 100-120
- Retrieved 08.09.2020 <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gaziticaretturizm/issue/49901/639611>
- Kodaş, E., ve Genç, B. (2019). "Çemka Höyük: Yukarı Dicle Havzasında Bulunan Yeni Bir PPNA ve Geç Epipaleolitik Dönem Yerleşim Yeri", *Anadolu*, 45(1), 211-221. Doi: DOI: 10.36891/anatolia.601529.
- Kodaş, E. (2018). "Yukarı Dicle'de Yeni Bir Çanak Çömleksiz Neolitik Yerleşim Yeri: Boncuklu Tarla Kazıları ve İlk Gözlemler", *Arkeoloji ve Sanat Yayınları Dergisi*, (1), 7-20.
- Kömürcü, M.C. (2018). "Göbeklitepe'de Avustralya Aborjinleri'ne ait sembollere rastlandı", *Milliyet*. Elde Edilme Tarihi 2 Eylül 2020. <https://www.milliyet.com.tr/gobeklitepe-de-avustralya-aborjinleri-ne-ait-sembollere-rastlandi-molatik-9122/>
- Kultur Portalı (2019). Gobeklitepe yılı (02.09.2020). <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/2019-gobeklitepe-yili>
- Kumar, S. ve Dhir, A. (2020). "Associations between travel and tourism competitiveness and culture", *Journal of Destination Marketing & Management*, 18. Retrieved 06.01.2021 <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100501>.
- Miyake, Y., Maeda, O., Tanno, K., Hongo, H., ve Gundem, C. Y. (2012). "New Excavations at Hasankeyf Höyük: A 10th Millennium Cal. BS Site on the Upper Tigris, Southeast Anatolia", *Neo-Lithics*, (1)12, 3-7.
- Muze (2020). Gobeklitepe örenyeri (02.09.2020). <https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=SGT01&DistId=SGT>
- Özdöl, S. (2011). "Çanak Çömleksiz Neolitik Çağda Güneydoğu Anadolu'da Din ve Sosyal Yapı", *Tarih İncelemeleri Dergisi*, (XXVI)1, 173-199.
- Özkaya, V. ve Coşkun, A. (2011). "Körtik Tepe", *The Neolithic in Turkey, The Tigris Basin*, (Ed. M. Özdoğan, N. Başgelen & P. Kuniholm), İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları, 89-127.
- Pacifico, D. ve Vogel, M. (2012). "Archaeological Sites, Modern Communities, and Tourism", *Annals of Tourism Research*, 39 (3), 1588-1611, ISSN 0160-7383. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.04.002>.
- Richards, G. (2000). "Tourism and the World of Culture and Heritage," *Tourism Recreation Research*, 25(1), 9-17. DOI: 10.1080/02508281.2000.11014896
- Richards, G. (2003). "What is cultural tourism?" *Erfgoed voor toerisme*, (Ed. A. van Maaren). Nationaal Contact Monumenten, Weesp. Retrieved 06.04.2021 https://www.academia.edu/1869136/What_is_Cultural_Tourism
- Richards, G. (2018). "Cultural tourism: A review of recent research and trends", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. Retrieved 06.04.2021. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>. (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1447677018300755>)
- Schmidt, K. (2005). "Ritual Centers' and the Neolithisation of Upper Mesopotami", *Neo-Lithics, Dialogue on the Early Neolithic Origin of Ritual Centers*, (2)5, 13-21.
- Schmidt, K. (2007a). "Göbekli Tepe", *Anadolu'da Uygarlığın Doğuşu ve Avrupa'ya Yayılımı, Türkiye'de Neolitik Dönem, yeni kazılar, yeni bulgular*, (Ed. M.Özdoğan ve N. Başgelen), İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları, 115-129.
- Schmidt, K. (2007b). "Göbeklitepe-Yuvarlak Yapılar ve Kabartmalar", *12.000 Yıl Önce Anadolu, İnsanlığın En Eski Anıtları / Vor 12.000 Jahren in Anatolien. Die ältesten Monumente der Menschheit*, Stuttgart: Theiss Verlag, 440-448.
- Schmidt, K. (2007c). *Taş Çağı Avcılarının Gizemli Kutsal Alanı Göbeklitepe, En Eski Tapınağı Yapanlar*, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Smith, M. ve Richards, G. (2013). *The Routledge handbook of cultural tourism*, London: Routledge.

- Tepe Telegrams (2020). Happy anniversary DAI (03.09.2020). <https://www.dainst.blog/the-tepe-telegrams/author/tepetelegrams/>
- Tepe Telegrams (2020). An early neolithic monumental site in turkey (03.09.2020). <https://www.dainst.blog/the-tepe-telegrams/faq/>
- TURSAB (2019). Yabancı ziyaretçilerin profili (06.09.2020). <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/yabanci-ziyaretcilerin-profil>
- Urfanatik (2019). Türkiye'nin turizmdeki esprili sloganı Göbeklitepe oldu (12.09.2020). <https://www.urfanatik.com/haber/3507807/turkiyenin-turizmdeki-esprili-slogani-gobeklitepe-oldu>
- Yerelnet (2020). Gobeklitepe (11.09.2020). https://www.yerelnet.org.tr/tarihiyerler/gobeklitepe/?gclid=EAlaIQobChMI6s2O4KGz6AIVz9DeCh04TgYTEAAAYASAAEgKGc_D_BwE
- UNWTO (2018). Tourism and Culture Synergies (11.09.2020). <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978>
- WTO (2016). *UNWTO/UNESCO World Conference on Tourism and Culture: Building a New Partnership* – Siem Reap, Cambodia, 4–6 February 2015, UNWTO, Madrid.
- Zeropointintime (2020). Gobeklitepe (12.09.2020). <http://www.zeropointintime.com/>

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:20.06.2021 ✓Accepted/Kabul:02.07.2021

DOI:10.30794/pausbed.954840

Araştırma Makalesi/ Research Article

Paksoy, S. ve Karo, E. (2021). "Regional Disparities and Their Connection with Juvenile Delinquency", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 317-331.

REGIONAL DISPARITIES AND THEIR CONNECTION WITH JUVENILE DELINQUENCY

Semin PAKSOY*, Emina KARO**

Abstract

The purpose of this study is, firstly, to analyze the causes of juvenile delinquency in 26 regions of Turkey and to reveal a profile by grouping the statistical regions with respect to their diversities and similarities, and then, secondly, to confirm the obtained groups by discriminant analysis. The Turkish government defined 26 statistical regions, in accordance with the harmonization process, as modeled by the EU. As a result of the cluster analysis, the difference between the regions appeared in two groups. These groups are confirmed by using discriminant analysis. According to the cluster analysis results, it is surprisingly observed that there is no significant difference among undeveloped, developing and developed regions, and these regions are mixed in the clusters. In fact, it was initially not expected that parents living in developed regions, with high economic and education levels, would be so ineffective in preventing children from being pushed into crime.

Keywords: *Juvenile delinquency, Children driven into crime, Cluster analysis, Discriminant analysis, Social cohesion.*

BÖLGESEL FARKLILIKLAR VE ÇOCUK SUÇU İLE İLİŞKİSİ

Öz

Bu çalışmada amaç, Türkiye’de suça sürüklenen çocukların suça sürüklenme nedenlerini, bölgesel farklılıkları göz önünde bulundurarak analiz etmek ve varsa ortak özellikleri olan bölgeleri bir araya getirerek Türkiye’nin suça sürüklenen çocukları bakımından bir profilini ortaya çıkarmaktır. Çalışmada Türkiye’nin Düzey 2 istatistikî bölgesel birimleri olarak ayrılan 26 bölge temel alınmıştır. Yapılan kümeleme analizi sonucunda, bölgeler arasında farklılık iki grup olarak ortaya çıkmıştır. Gruplandırılarda, ebeveynlerin iş ve istihdam oranı ve eğitim düzeyinin yüksek olarak bilindiği, çocukların ise eğitime ve sosyal faaliyetlere ulaşma olanaklarının daha fazla olduğu gelişmiş bölgeler ile bu olanaklardan daha az yararlanabilen veya hiç yararlanamayan bölgeler arasında farklılığın olmaması oldukça dikkat çekicidir. Çalışmada elde edilen iki grubun farklılığı, diskriminant analizi ile teyit edilmiştir. Ülke profilini yansıtan farklılığın, iki grup olarak ortaya çıkması diğer bir deyişle çeşitliliğin az olması, ortak programın hazırlanmasından uygulanmasına kadar pek çok aşamada kolaylık getirecek bir unsur olarak değerlendirilebilir.

Anahtar kelimeler: *Çocuk suçları, Suça sürüklenen çocuklar, Kümeleme analizi, Diskriminant analizi, Sosyal uyum.*

*Assoc. Prof. Dr. Cukurova University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Econometrics Department, ADANA.
e-posta:spaksoy@cu.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-1693-0184>)

**Assoc. Prof. Dr. University of New York Tirana, Faculty of Law, ARNAVUTLUK.
e-posta:eminakaro@unyt.edu.al, (<https://orcid.org/0000-0003-0552-6004>)

1. INTRODUCTION

Juvenile delinquency is a significant problem that can be encountered in all countries, without regard to economic development levels. Based on an understanding of the welfare state and its provisions, it is the duty of relevant institutions and all officials to help children develop age-appropriate habits and behaviors. Regarding this aim, very important precautions must be taken for children to adapt to society. These precautions include preventing abnormal attitudes, reducing indulgence, and providing support.

Keeping children away from criminal behaviors by directing them to positive behaviors can be achieved by the contributions of not only the family but also the school and social environment. Children who develop and respect the norms are prevented from participating in unacceptable activities. However, when this balance, which is crucial for children, cannot be achieved, children can easily get caught up in unwanted behaviors.

Juvenile delinquency is one of the most important problems of the century. In nearly every corner of the world, we are observing that children, who make up the most vulnerable group in society, can be the target of malicious people who, to pursue their own interests, draw them into actions that constitute criminal offenses. As social circumstances favor an increase in juvenile delinquency, the problem becomes much more complex, both in terms of combating this negative social phenomenon, and in terms of annulling the harmful consequences arising from the commission of a criminal offense. Therefore, when we consider juvenile delinquency, we are aware that it is a multi-layered phenomenon. It is understood that the child, as the weakest individual of a society, should be protected by legal rules. Currently, change is occurring rapidly in all levels of society and new strategies and regulations are needed to protect children and their development. These strategies must also take into consideration each child's individual needs. Regional differences also need to be examined. A balance needs to be reached between reducing the rate of juvenile delinquency and focusing on the needs of a healthy child's upbringing. This balance should include not only the family, but also other contributors in the community. Implementing these strategies in various contexts acts as a safeguard, protecting the concept of childhood from disappearing due to social consciousness resulting from children committing serious crimes.

1.1. The Connection between Child and Crime

Globally, it is accepted that children, an important resource in determining the future and development of societies, are the most valuable assets of society. Children are the future for humanity, the continuation of family lines, and will be a new generation of educators (Imamoglu, 2015). As children move towards fulfilling these roles in society, they must distance themselves from crime. The term crime can be defined as an act that is prohibited and punishable under criminal law (Hakeri, 2016). Children and criminal activity should not be closely connected, and yet this is the reality. Legally, there are various statements and conventions that define who is a child and how to treat a child in regards to criminal activity. One example is the Convention on the Rights of the Child, prepared and adopted by the United Nations, which states, "every individual under the age of eighteen is considered a child" (UNCRC, 1992). In addition, the United Nations (UN) Minimum Standards Rules, known as the "Beijing Rules" and adopted on September 6, 1985, define the "juvenile, in the legal system, as a person who has to be treated differently than an adult because of a crime he may commit". The Beijing Rules play an important role in the judicial and law enforcement system which addresses children pulled into crime. They adopt new law practices that are relevant and explore different disciplinary evaluations of this issue (Bulbul and Dogan, 2016). Turkey, as of 1990, is a participant in the Beijing Rules. They uphold the same standard: that any individual under the age of 18 is a child. According to Bulbul and Dogan, a child is defined as *the entity that has not reached mental, physical and spiritual maturity, has yet to learn its roles and duties in society, and needs care and education* (2016). In Turkey, children's education, health, and social aspects are guaranteed by the many institutions of the state (Copur et al., 2015). It should be stated, however, that the family has very important responsibilities within the society to support children. Parents are obligated to create environments where children can develop morality and healthy behaviors and habits, so that they will not be interested in crime. We must acknowledge that children can commit crimes like adults do, but we must also strongly argue that they have different reasons and circumstances influencing their behaviors.

1. 2. Contributing Factors to Juvenile Delinquency

Yavuzer (2019) argues that there is “no guilty child, just a child pushed into crime”. Children are innocent and unaware of the factors and influences that may lead them into crime. It is not possible to prevent children from being involved in crime without recognizing and investigating these factors. In addition to three basic factors - personal, familial, and environmental - socio-economic characteristics are also of great importance. Children that do not adapt socially experience social incompetence, which is reflected in their behaviors and pushes them towards juvenile delinquency (Afsin and Ogretir Ozcelik, 2018).

Certain circumstances or events, such as war and post-war circumstances, strained social relations, economic instability, poverty, unemployment, housing and financial difficulties, refugee crises, moral deterioration, broken value systems, and family breakdowns are particularly conducive in producing delinquent behavior. Juvenile delinquency is a product of troubles, dissatisfaction, crises, problems, and hopelessness in young people. As adolescents face these circumstances, it must be emphasized that they are the most vulnerable population group for the development and adoption of addictive behavior. Therefore, we observe some adolescents abusing psycho-active substances and drugs, which is a form of delinquent behavior. Meanwhile, other adolescents respond to these situations by having fragmented knowledge, incorrectly adopted information, illusions of invulnerability, and lack of communication skills. It is necessary to examine all of the potential reasons a child may develop delinquent behaviors.

2. BACKGROUND

There are a number of studies which explore the role of various factors that contribute to crime. Gershoff's study (2002) stressed the negative impacts of physical punishment by parents. Another study done by Petrosina et al. (2009) indicated that family dynamics are a factor that is strongly correlated with onset and recidivism of juveniles. Similarly, Mwangangi (2019) found that several specific aspects of family life such as family cohesion, physical violence, and parent involvement, as well as non-family factors such as poverty, the juvenile justice system, a lack of access to education, drug abuse and genetic problems, all influence a child's involvement in crime. Although there are different factors that have the impact on juvenile delinquency, the role of the family is central in a child's rearing and development.

On the other hand, Derzon (2010) stated that violence and all antisocial behavior spring from many sources. He discovered a modest correlation between most family features and antisocial behaviors using data obtained from all developed western nations. Family-based programs, although not the only solution, are likely to reduce antisocial behaviors in children. These programs can be effective in addressing and improving child-rearing skills, discipline, home stability, supervision, involvement, warmth, and relationship. Other researchers, Afsin et al.(2019) compared two groups of children of the same age, one which included delinquents and another consisting of non-delinquents. These two groups were compared in terms of their perceptions and attitudes towards their mother and father and their attachment styles. They employed nonparametric statistical analysis techniques, specifically the Mann-Whitney U test and Kruskal-Wallis test, in their studies. According to their results, it is revealed that there are statistically significant differences between delinquent and non-delinquent adolescents in their perceptions and response to parental styles and attachment.

Other researchers argued that some additional factors are likely to contribute to juvenile delinquency. Copur et al. (2015) have focused attention on the impact of society and the environment on the child. They pointed out that healthy and happy societies exist as children move away from crime and as society as a whole finds the solution to this problem. In line with the regulations made at the central government level, local administrations and other relevant public institutions should contribute to the protection of children by fighting crime and criminals, while also taking into account the social structure and environment in their areas of duty and responsibility. However, measures taken at the central government level and resulting legal regulations are not sufficient alone in the prevention of juvenile delinquency.

Most of the aforementioned studies are based on questionnaire surveys or meta-analysis to obtain valuable information. However, in this study, secondary data obtained from the Turkish Statistical Institute (TurkStat) was

employed using cluster analysis to reveal regional differences and similarities in terms of juvenile delinquency. The aim of this research is to obtain a general and regional profile of the country, to provide additional information to policymakers and leaders who are developing strategies and plans for addressing this issue in the future. The difference of this study from other studies is that it presents the profile of a specific country (Turkey) to aid local and central administrators in combating juvenile crime.

3. DATA and METHODOLOGY

3. 1. Data

In this study, data about children pushed to crime is obtained from official records obtained from website of TurkStat. Children who have committed a crime or are accused of committing a crime are registered and categorized under 15 headings. In this way, information is available in the database to meet the needs of researchers. Information for this study was collected from under the heading of *reasons for children being driven into crime*, and under the subheading of *security and justice*.

In the database, each type of crime is categorized by the reason juveniles were brought to security units. These 15 reasons for registering children are considered as variables in this study and their explanations are given below in Table 1.

Table 1. The variables and their explanations

Variables	Explanation
Witness	A child who has some knowledge about an investigated subject and is giving a statement or declaration.
Foundling	A child who is received into a security unit after being found by a security member or a citizen. There is not a document or statement that declares formally that the child is missing.
Escapee from home	A child who is saying that "I escaped from home" when found.
Committing a misdemeanor	A child who has committed unacceptable behavior which requires administrative sanction.
Illegal worker	A child who works/is employed in a position which violates the pre-specified procedures and principles in the working conditions governed by laws.
Lost but found	A child who is received into security after being found and for whom there is a formal missing application.
Fleeing	A child who flees the law.
Drug usage	A child is brought to the security unit with suspicion or evidence of usage of natural, synthetic and/or chemical substances which alter mental-cognitive activities and psychological behaviors.
Victim	A child who is damaged from an act which is accepted as an offence according to the law.
Disrupting education	A child who is at an age at which school is required and is out of school because of poverty or various troubles in their families and social environments.
Working on the street	A child who works on the street to contribute to the family's budget or to cover his/her expenses.
Living on the street	A child who lives in poverty on the street without any vital support.
Delinquency	A child who is pushed into crime or under suspicion from a person about committing a crime or allegation.
Abandoned	A child who is left in a state of vulnerability and needs legal representation.
Other	A child in who is taken in for other reasons not listed above.

Source: Table is organized using published reports from TurkStat (2012).

Statistical regions are divided according to the European Union (EU) harmonization process. The members and candidate states of the EU have established their database with a similar database structure. As a result of EU harmonization efforts, TurkStat presented three statistical regions, named as Level 1, Level 2 and Level 3 in Turkey.

Statistical regional units are defined as subcategorization of the regions or provinces with consideration to their geographical, economic and socio-cultural characteristics. Within these subcategories, detailed analysis and comparisons can be made. For instance, analysis can be used to develop and implement regional policies, to define common policies or programs in similar regions, and to make a comparison among the regions or with regions of EU countries. Table 2 shows a list of the specific provinces in each statistical regions. Level 3 consists of 81 provinces in Turkey and is not included in this study.

Table 2. Level 2 statistical regions and related provinces

No	Region Code	Provinces in the Region	No	Region Code	Provinces in the Region
1	TR10	İstanbul	14	TR71	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir
2	TR21	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli	15	TR72	Kayseri, Sivas, Yozgat
3	TR22	Balıkesir, Çanakkale	16	TR81	Zonguldak, Karabük, Bartın
4	TR31	İzmir	17	TR82	Kastamonu, Çankırı, Sinop
5	TR32	Aydın, Denizli, Muğla	18	TR83	Samsun, Tokat, Çorum, Amasya
6	TR33	Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak	19	TR90	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane
7	TR41	Bursa, Eskişehir, Bilecik	20	TRA1	Erzurum, Erzincan, Bayburt
8	TR42	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova	21	TRA2	Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan
9	TR51	Ankara	22	TRB1	Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli
10	TR52	Konya, Karaman	23	TRB2	Van, Muş, Bitlis, Hakkari
11	TR61	Antalya, Isparta, Burdur	24	TRC1	Gaziantep, Adıyaman, Kilis
12	TR62	Adana, Mersin	25	TRC2	Şanlıurfa, Diyarbakır
13	TR63	Hatay, K. Maraş, Osmaniye	26	TRC3	Mardin, Batman, Şırnak, Siirt

Source: Website of TurkStat

In Figure 1, it is observed that 26 statistical regions are divided into 6 different economic development levels. While number 1 represents the most developed regions, number 6 shows the least developed areas. The most economically developed regions are shown with lighter colors, while the darker colors show the areas with worse levels of economic development.

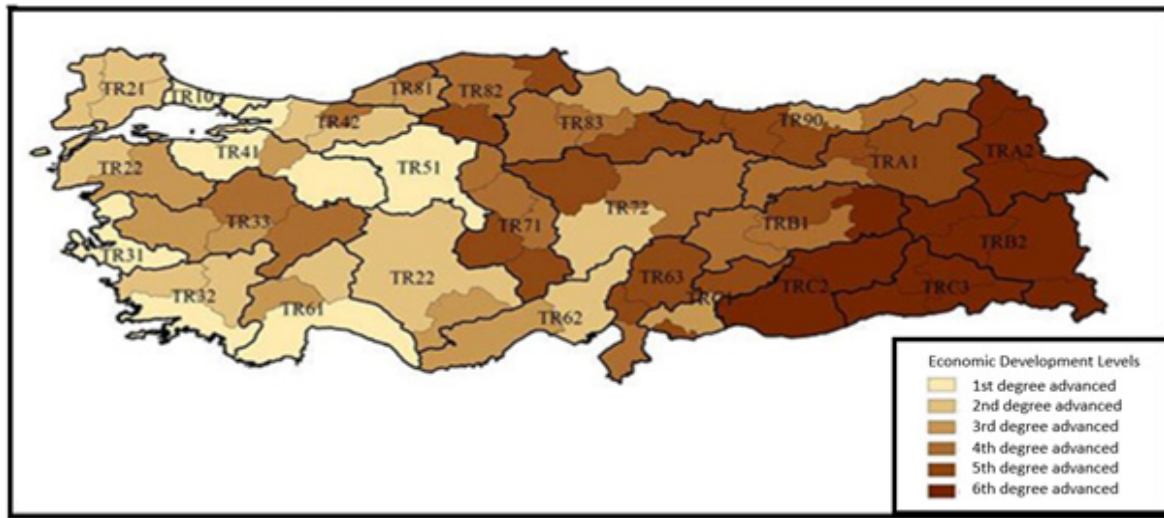


Figure 1. Economic development levels of 26 statistical regions

Source: Regional Administration and Local Democracy¹

¹ <https://yereldemokrasi.net/haritalarla-kamu-idaresi>

In this study, in order to differentiate the similarities and differences between the regions in terms of the children who were pushed into the crime, the regions in Level 2 were the basis of our research. In the TurkStat database, only data from the years 2008-2017 were available for the topic of juvenile criminals. Due to the data constraint, 2017 is the most current year of data used in this analysis.

In Figure 2, the changes in the total numbers of juveniles pushed to crime is shown by the years. In line with our expectations, 2008 is seen as the year with the highest numbers of crime. In the following years, this problem has increased even more. The figure shows that there was a striking improvement in all regions in 2016, but this improvement dissipated in 2017. The regions TR10 and TR31, which include highly developed provinces such as Istanbul and Izmir, have the worst score among the regions for all years. Similarly, TR33, TR51 and TR83 also have bad scores. On the other hand, TR81, TRC3, TR82, TRA1 and TRA2 are the regions that have the best scores for all years when compared with the remaining regions. Consequently, we can state that:

- i) General characteristics of the regions remain the same when compared year by year.
- ii) Although the high crime levels in 2008 seem to have decreased notably by 2016, it is observed that the number of juveniles pushed into crime increased again in 2017.

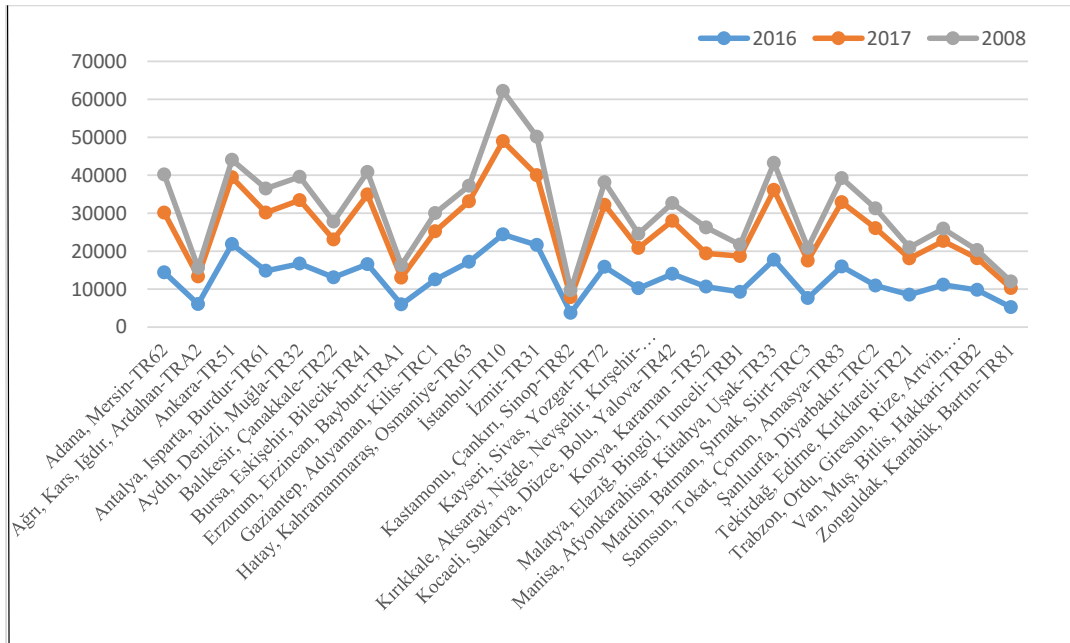


Figure 2. The changes in juvenile crime by years

After organizing data in a fitting manner, cluster analysis was first performed on data to provide useful information and then the reliability of the obtained clusters was tested by discriminant analysis.

These two types of analysis resemble each other in the context of cluster categorization. Cluster analysis is a process of determining groups if they exist. Discriminant analysis builds on this and requires knowing the groupings before performing analysis.

In this study, cluster analysis is achieved by considering the causes of juvenile pushed to crime and it reveals the similarities or differences of 26 statistical regions in Turkey. Secondly, heterogeneous subgroups obtained by cluster analysis are tested by discriminant analysis in order to determine whether there is a statistically significant difference between/among them. That is a way to obtain further evidence to support the obtained results from the initial cluster analysis.

3. 2. Cluster Analysis

Organizing the data into logical groupings is one of the most fundamental modes of understanding and learning (Jain, 2010). In order to obtain possible groups within the immense data, statistical package computer programs can be employed. Cluster analysis is a well-known statistical analysis for grouping objects meaningfully. It is used to get information about real situations while avoiding the subjectivity. Obtained information can be used to make better and rational decisions (Everitt et al. 2011). Cluster analysis is a highly efficient analysis used to categorize a set of similar objects and therefore it is the preferred form of analysis used to categorize the 26 statistical regions of Turkey in this study.

Cluster analysis is a statistical analysis method that groups objects according to their similarities or differences in terms of selected variables. These groups are also referred to as clusters. Variables are considered as features or criteria for grouping objects. Objects that are similar to each other in terms of the variables are located in the same cluster, while dissimilar objects are collected into other clusters.

Cluster analysis seeks to maximize the homogeneity of objects within the same cluster and the heterogeneity between different clusters while grouping (Karagoz, 2017: 411). In this way, a large and complex data set is grouped according to the specified features and transformed into a form where more simple and clear classification can be obtained (Everitt et al. 2011).

Although there are many methods in cluster analysis in the literature, hierarchical cluster and non-hierarchical cluster methods are the most common. In the hierarchical cluster method, the number of clusters is not determined by the user, but the best cluster number is determined by the dendrogram (tree diagram) which is presented by the system automatically. An analyst can therefore have a general idea, but a cluster number from a dendrogram is not always accurate. However, in a non-hierarchical cluster analysis, the number of clusters is initially defined by the analyst and then applied.

Experts who are familiar with a subject may wish to test different numbers of clusters that they want to analyze separately. In this case, they have to use "non-hierarchical cluster analysis". In addition, cluster similarities or differences can be examined and discussed by using the information provided by non-hierarchical cluster analysis about clustering operations. However, these operations are not possible in the hierarchical clustering method. Although the hierarchical cluster method is easy to apply and interpret, it is a less trusted method (Kalaycı, 2008).

According to the algorithm of the hierarchical cluster method, a distance matrix is created with the help of a distance measurement, and by using this matrix, the closest objects are connected together. A dendrogram is created by showing all objects together according to their proximity to each other. Dendrograms can be used to get information quickly about the number of clusters present within the data (Kalaycı, 2008).

In this study, grouping was examined by using both cluster methods. The aim is to interpret the various findings obtained and to determine the best cluster number which reflects the accurate number of clusters in relation to the reasons of the delinquencies. This method will also determine effectively which regions belong to which cluster.

However, for the relatively current data of 2017, the consistency of different groups obtained in cluster analysis was examined and confirmed for accuracy by discriminant analysis. According to the result of the discriminant analysis, there is a statistically significant difference between the two heterogeneous subgroups obtained by cluster analysis.

3. 3. Discriminant Analysis

In the study, discriminant analysis is utilized to answer some of the questions about *whether the groups are substantially different or what variables are most effective in the separation of the groups or how many groups there are.*

The objective of discriminant analysis is to determine the discriminant function. Discriminant function is a multivariable linear function composed of more than one independent variable and only one dependent variable. The dependent variable is binary or categorical while independent variables are not. When the dependent variable has two groups, it can be in the binary form. Otherwise, for more than two groups, the dependent variable must be a categorical variable. With a categorical dependent variable, the linear combination of independent variables in the discriminant analysis provides the capability to discriminate between the groups. Discriminant analysis also enables researchers to verify whether substantial differences exist between groups by evaluating the model summary. When a discriminant function is statistically significant, the coefficients of the function representing the contribution of the relevant variable is assumed to be reliable and meaningful and produced classification table showing the accuracy percentage of each groups can be reliably interpreted.

In discriminant analysis, the number of discriminated groups are directly related with the number of produced discriminant functions. When a dependent variable has two groups, groups are derived from only one discriminant function. On the other hand, for more than two categories, more than one discriminant function can be produced to predict the correct groups.

The main steps included in the discriminant analysis are as follows:

- The problem is determined and data are arranged in order of necessity according to the analysis.
- The discriminant function and coefficients are estimated.
- The significance of these discriminant functions are statistically checked.
- Before interpreting the results, the validity of estimated discriminant function and coefficients is verified.

When the discriminant function and its coefficient are significant and valid, the result of analysis can be interpreted reliably.

4. FINDINGS

First of all, a hierarchical cluster algorithm is applied to give the potential number of clusters to the analyst by the means of dendrogram. A dendrogram is used to visualize the history of the grouping process and determine the optimum cluster number. To obtain the cluster numbers, the following steps are performed in order (Maklin, 2018):

1. Determine the largest vertical distance that doesn't intersect any of the other clusters
2. Draw a horizontal line at both extremities on the determined vertical lines.
3. The optimal number of clusters is equal to the number of vertical lines going through the horizontal line.

Using these steps, 2 groups are obtained for data belonging to 2008, as is evident on the left side of Figure 3. Figure 3 shows that the number of groups is not high and there exists less regional diversity in Turkey in terms of juvenile crime. This finding surprisingly reveals that some economically developed and less developed regions are located in the same group, such as TR10 (Istanbul) and TRC2 (Sanliurfa, Diyarbakir) in group 1. Similarly TR22 and TRB1 are placed in group 2. In the study, SPSS 21.0 software package program has been used in the statistical analysis.

The groups obtained with this dendrogram are checked by using non-hierarchical cluster analysis. Non-hierarchical cluster analysis aims to find a grouping of objects which maximizes or minimizes some evaluating criterion. Many of these algorithms are iterative. This analysis assigns the objects to different groups while searching for some optimal value in the criterion. At the beginning of analysis, cluster number k must be defined and input. For the year 2017, the right side dendrogram in Figure 3 also shows 2 groups including different regions from the left side dendrogram.

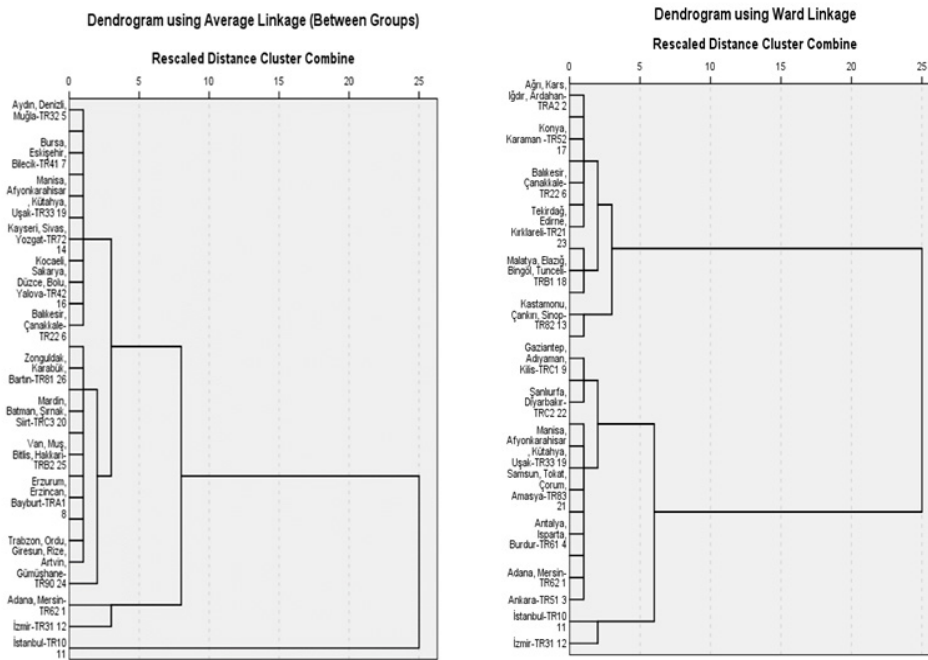


Figure 3. Dendrogram related to juvenile delinquency in the years 2008 and 2017

One of the necessary conditions for defining the number of clusters is that there cannot exist large differences between the numbers of members in the groups. Although the number of objects in the clusters is not necessarily equal, there should not be a large difference between the numbers of objects (Kalaycı, 2008). Determining the number of clusters is one of the most difficult problems in cluster analysis. However, the uncertainty in each of the individual clusters in hierarchical cluster analysis can also be examined using other techniques (Everitt et al. 2011:268).

In order to find the optimum and most logical cluster numbers, cluster analysis is run many times with different member sizes, *k* (Kalaycı 2008; Jain 2010). For the earliest (2008) and most recent year (2017), this method is performed and the cluster number *k* is obtained as 2 for both years. For this purpose, non-hierarchical analysis is employed with the *k*-nearest algorithm. The results for the year 2008 with different *k* numbers are shown in Table 3, which includes group numbers and the number of objects in each group. As observed in Table 3, the optimum group (cluster) number is 2. Therefore, the final cluster centers for 2008 are demonstrated in Table 3.

Since it is not be possible to show all the results of analysis and their related tables, the analysis results for the years 2008 and 2017 will be predominantly discussed from now onward, in the study. By this means, the difference between the old and the new period can be clearly revealed.

Table 3. Distribution of regions for the year 2008 using non-hierarchical analysis

Group numbers	Groups members				Total regions
	1	2	3	4	
k=2	3	23	X	X	26
k=3	8	17	1	X	26
k=4	11	12	2	1	26

Using Table 4, we can state that the children in Cluster 1 were pulled into crime more than Cluster 2 in the year 2008 because Cluster 1 has greater final cluster centers than Cluster 2.

Table 4. Final cluster centers for the year 2008

Variables	Clusters	
	1	2
Witness2008	78	95
Foundling2008	162	37
Other2008	780	322
EscapeFromHome2008	237	74
CommittingAMisdemeanor2008	63	45
IllegalWorker2008	490	132
LostButFound2008	39	13
Fleeing2008	26	4
DrugUsage2008	2376	1610
Victim2008	0	1
DisruptingEducation2008	1071	18
WorkingOnTheStreet2008	5	0
LivingOnTheStreet207	5755	1964
Delinquency2008	8	3
Abandoned2008	53	44

This difference is also reflected in the greater distances between two clusters. The regions in these two clusters are demonstrated in Table 5. According to Table 5, TR62, TR10 and TR31 are the only regions in Cluster 1. Regarding juvenile delinquency, the regions are similar to each other. A common feature of these regions is that they receive a lot of immigration. Interprovincial migration in Turkey is the movement of people from one province to another with the intention of finding work. The Adana, Mersin, İstanbul and İzmir provinces are well-known and highly preferred provinces. Other economically developed provinces in regions TR22 (Balıkesir), TR41 (Bursa) and TR51 (Ankara) are located in the Cluster 2, like some of the developing provinces in TRB2 (Hakkari) and TRC2 (Şanlıurfa) regions. Within this analysis, it is observed in 2008 that in economically developed regions, juvenile delinquency appears to be higher.

Table 5. Cluster membership for the year 2008

Region No	Regions	Clusters	Distance
1	Adana, Mersin-TR62	1	1316.781
2	Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan-TRA2	2	1132.835
3	Ankara-TR51	2	590.764
4	Antalya, Isparta, Burdur-TR61	2	986.868
5	Aydın, Denizli, Muğla-TR32	2	1468.059
6	Balıkesir, Çanakkale-TR22	2	990.457
7	Bursa, Eskişehir, Bilecik-TR41	2	1021.974
8	Erzurum, Erzincan, Bayburt-TRA1	2	925.047
9	Gaziantep, Adıyaman, Kilis-TRC1	2	273.991
10	Hatay, K. Maraş, Osmaniye-TR63	2	660.97
11	İstanbul-TR10	1	2727.301
12	İzmir-TR31	1	1907.581
13	Kastamonu, Çankırı, Sinop-TR82	2	1596.369
14	Kayseri, Sivas, Yozgat-TR72	2	1164.61
15	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir-TR71	2	355.081

16	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova-TR42	2	244.701
17	Konya, Karaman -TR52	2	1580.613
18	Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli-TRB1	2	1034.069
19	Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak-TR33	2	1701.144
20	Mardin, Batman, Şırnak, Siirt-TRC3	2	756.766
21	Samsun, Tokat, Çorum, Amasya-TR83	2	1346.353
22	Şanlıurfa, Diyarbakır-TRC2	2	1135.934
23	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli-TR21	2	743.997
24	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane-TR90	2	862.46
25	Van, Muş, Bitlis, Hakkari-TRB2	2	1321.222
26	Zonguldak, Karabük, Bartın-TR81	2	1518.444

Similar analysis was applied to the data for 2017 in order to monitor the changes that have taken place over the course of time. The appropriate cluster number was accepted as 2 again. The interpretation of the clusters are done by using final cluster centers (see Table 6). Cluster 2 is better than Cluster 1 since Cluster 1 has greater final cluster center values. Especially, victim and delinquency numbers in Cluster 1 are much higher than in Cluster 2.

Table 6. Final cluster centers for the year 2017

Variables	Clusters	
	1	2
Witness2017	2217	1248
Foundling2017	28	10
Other2017	325	179
EscapeFromHome2017	132	39
CommittingAMisdemeanor2017	123	51
IllegalWorker2017	128	55
LostButFound2017	637	220
Fleeing2017	83	21
DrugUsage2017	14	8
Victim2017	7751	3876
DisruptingEducation2017	2	1
WorkingOnTheStreet2017	50	2
LivingOnTheStreet207	1	0
Delinquency2017	5358	2748
Abandoned2017	14	6

Table 7, on the next page shows members of each cluster. It can be observed that most of the economically developed and large provinces are in Cluster 1. For instance, İstanbul, İzmir and Adana are located in Cluster 1. Their positions are unchanged in 2017. Furthermore, it is observed that a total of 11 more regions passed into Cluster 1 in 2017. This means that the level of juvenile delinquency has increased in many regions. Ankara also has taken a place in that cluster.

Table 7. Members of clusters for the year 2017

Members of Cluster 1	Members of Cluster 2
Adana, Mersin-TR62	Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan-TRA2
Ankara-TR51	Balıkesir, Çanakkale-TR22
Antalya, Isparta, Burdur-TR61	Erzurum, Erzincan, Bayburt-TRA1
Aydın, Denizli, Muğla-TR32	Kastamonu, Çankırı, Sinop-TR82
Bursa, Eskişehir, Bilecik-TR41	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir-TR71
Gaziantep, Adıyaman, Kilis-TRC1	Konya, Karaman -TR52
Hatay, K. Maraş, Osmaniye-TR63	Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli-TRB1
İstanbul-TR10	Mardin, Batman, Şırnak, Siirt-TRC3
İzmir-TR31	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli-TR21
Kayseri, Sivas, Yozgat-TR72	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane-TR90
Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova-TR42	Van, Muş, Bitlis, Hakkari-TRB2
Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak-TR33	Zonguldak, Karabük, Bartın-TR81
Samsun, Tokat, Çorum, Amasya-TR83	
Şanlıurfa, Diyarbakır-TRC2	

In Table 8, the result of the cluster analysis with various group numbers are shown. For a reliable grouping, it is preferable that there is not a big gap among the number of group members. Therefore the analysis with k=2 is the most reliable for the year 2017.

Table 8. Distribution of regions in to the groups in non-hierarchical analysis for 2017

	Groups and Members				Total Regions
	1	2	3	4	
k=2	14	12	X	X	26
k=3	12	13	1	X	26
k=4	11	7	7	1	26

The ANOVA test reveals the contribution of the variables in the specified grouping process. In the ANOVA test, the F test statistics are used for descriptive purposes because the clusters have been chosen to maximize the differences among cases in different clusters. Results of the ANOVA tests for the years 2008 and 2017 are demonstrated in Table 9 and Table 10 respectively. The significant values in the tables show that some variables are not statistically significant for $\alpha=0.10$. In other words, they cannot be used for clustering in cluster analysis because they do not have a distinctive feature and they are considered to be statistically insignificant variables. In Table 9, these insignificant variables are Witness2008, IllegalWorker2008, Victim2008, DisruptingEducation2008 and CommittingAMisdemeanor2008. These insignificant variables are not explanatory variables in the formation of clusters.

Table 9. ANOVA test results for the year 2008

	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
Witness2008	760.437	1	4810.463	24	.158	.694
Foundling2008	41629.969	1	5392.104	24	7.721	.010
Other2008	558126.783	1	54507.379	24	10.239	.004
EscapeFromHome2008	70874.123	1	12041.104	24	5.886	.023
IllegalWorker2008	939.133	1	5289.767	24	.178	.677
LostButFound2008	339219.376	1	16764.989	24	20.234	.000
Fleeing2008	1734.502	1	585.319	24	2.963	.098
DrugUsage2008	1276.014	1	58.046	24	21.983	.000
Victim2008	1556512.067	1	693287.915	24	2.245	.147
DisruptingEducation2008	.763	1	3.220	24	.237	.631
WorkingOnTheStreet2008	2941393.625	1	58346.496	24	50.413	.000
LivingOnTheStreet2008	60.702	1	5.330	24	11.389	.003
Delinquency2008	3.814E7	1	832933.213	24	45.789	.000
Abandoned2008	61.071	1	20.636	24	2.959	.098
CommittingAMisdemeanor2008	202.681	1	5206.018	24	.039	.845

In Table 10, only the variable LivingOnTheStreet2017 is an insignificant variable. This variable does not have a grouping feature in the data of 2017.

Table 10. ANOVA test results for the year 2017

	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
Witness2017	6064598.572	1	318846.491	24	19.020	.000
Foundling2017	2315.110	1	335.768	24	6.895	.015
Other2017	137756.616	1	22527.827	24	6.115	.021
EscapeFromHome2017	55243.854	1	8716.963	24	6.338	.019
IllegalWorker2017	33507.693	1	8684.348	24	3.858	.061
LostButFound2017	34906.846	1	9321.792	24	3.745	.065
Fleeing2017	1123847.092	1	35079.168	24	32.037	.000
DrugUsage2017	25105.949	1	6334.444	24	3.963	.058
Victim2017	276.008	1	47.796	24	5.775	.024
DisruptingEducation2017	9.701E7	1	1398375.553	24	69.373	.000
WorkingOnTheStreet2017	4.487	1	1.174	24	3.823	.062
LivingOnTheStreet2017	15065.143	1	17265.390	24	.873	.360
Delinquency2017	1.059	1	.296	24	3.581	.071
Abandoned2017	4.403E7	1	1734959.077	24	25.380	.000
CommittingAMisdemeanor2017	394.081	1	51.537	24	7.647	.011

As a result, it can be stated that only one variable named Living On The Street has no distinctive feature for the year 2017, while the five variables; Witness, Illegal Worker, Victim, Disrupting Education and Committing A Misdemeanor do not have any distinctive features for the year 2008. In general, it may be stated that by 2017 juvenile delinquency is growing more rampant in terms of many indicators and the number of regions not included in the good group has increased. In 2017, both the number of members in Cluster 1 increased and the number of criminal elements (variables) that were effective in the separation of these groups. In this

regard, current changes may indicate a very significant and notable decline and deterioration in terms of juvenile delinquency.

Discriminant analysis is used to confirm and further develop findings when cluster groups are known. Therefore the results of cluster analysis - stating clearly that regions of Turkey are categorized into two groups with respect to the variables of juvenile delinquency- is examined using discriminant analysis in order to validate these groups.

In the linear discriminant analysis, Box's M test is commonly used to test the assumption of homogeneity of variances and covariance. The null hypothesis for this test is that the observed covariance matrices for the dependent variables are equal across groups. Box's M test result for our data for 2017 is 12.397 with a p-value of 0.099. It indicates that a null hypothesis is not rejected for two groups defined by cluster analysis. It has been suggested that linear discriminant analysis can be used when covariance is equal.

Eigenvalue is an indicator whether the function differentiates the groups well or not. The larger the eigenvalue, the better the function differentiates. In this study, the eigenvalue is 5.182. Wilks' lambda tests whether there is a statistically significant difference between two or more groups. With a small Wilks' Lambda value (0.162) and its significant value, the null hypothesis of the discriminant analysis is rejected. The rejected null hypothesis is that the group is a set of independent variables for which two or more groups are equal.

So it is concluded that the groups defined by cluster analysis are statistically significant. That is confirmed by the classification success of discriminant analysis. According to discriminant analysis, predicted groups membership are 14 and 12. This result is highly consistent with the previous test, cluster analysis.

5. CONCLUSION

In this study, 26 statistical regions are divided in clusters based on juvenile delinquency. The variables and data are selected from the TurkStat database. According to the cluster analysis, 26 regions are clustered into two groups. In both clusters, regions which have provinces geographically far away and have different socioeconomic structures - such as educational levels and employment levels - are located in the same clusters. The number of clusters obtained by cluster analysis is confirmed by discriminant analysis. This classification result stresses that, in terms of juvenile crime, there is no dramatic difference between eastern and western regions or northern and southern regions in Turkey. These results challenge the perception that there exists a difference between east and west in Turkey in every category.

The benefit of the analysis, for the provinces within each group, is in providing information to inform crime policies to become more effective and successful. More importantly, the results can be used to give a greater focus to the provinces in the weak group. By focusing on this group, the country can save time and money in programs while establishing effective coordination. These results can be considered to facilitate many stages from the preparation of a program for its implementation.

Limitations and Suggestions

The main limitation of the study is that it focuses specifically on the data for one particular country. Another limitation of the study is that the data is not sufficiently up-to-date, with the most recent data being from 2017. In order to eliminate these limitations, analysis can be performed with the expanded variables and can be examined by cross country comparison methods.

For further studies, the effects or the contribution of several variables of juvenile delinquency can be measured by other types of statistical analysis and prioritized or ranked using operational research methods. Studies using different methodologies will help to gain different perspectives. Through these studies, more information can be provided to the policy makers and leaders. All members of society can consider the causes and take part in preventing juvenile delinquency. As society as a whole develops improved solutions, children will move away from crime.

References

- Afsin, R. and Ogretir Ozcelik, A. D. (2018). The Comparative Analysis of the Perceptions of Father and Mother Attitudes and Parental Attachment Styles of Delinquent Children and not Delinquent Children [Suça Sürüklenen Çocuklar ile Suça Sürüklenmeyen Çocukların Algıladıkları Anne ve Baba Tutumları ile Ebeveyn Bağlanma Stilllerinin Karşılaştırılarak İncelenmesi]. *Electronic Journal of Social Sciences*, 17(66), 384-400. doi: 10.17755/esosder.294032
- Bulbul, S and Dogan, S. (2016). Current situation of the children driven to crime and solution proposals [Suça Sürüklenen Çocukların Durumu ve Çözüm Önerileri], *Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, 1(59), 31-36.
- Copur, E. and Ozturk et al. (2015). Child and Crime [Çocuk ve Suç]. *Hacettepe University Faculty of Health Sciences Journal*, 1(Suppl2), 120-124.
- Derzon, J. H. (2010). The correspondence of family features with problem, aggressive, criminal, and violent behavior: A meta-analysis. *Journal of Experimental Criminology*, 6(3), 263–292. doi: 10.1007/s11292-010-9098-0
- Everitt, B. S., Landau, S., Leese, M. and Stahl, D. (2011). *Cluster Analysis*, London: Wiley and Sons.
- Gershoff, E.T. (2002). Corporal Punishment by Parents and Associated Child Behaviors and Experiences: A Meta-Analytic and Theoretical Review. *Psychological Bulletin*, 128(4), 539-579. doi: 10.1037//0033-2909.128.4.539
- Hakeri, H. (2016). *Ceza Hukuku, Genel Hükümler, Temel Bilgiler*, 13. Baskı, Astana Yayınları.
- Imamoglu, A. (2015), *Psikolojik ve Ahlaki Açından Çocuk Suçluluğu*, İstanbul: Dem Yayınları.
- Jain, A. K. (2010). Data clustering: 50 years beyond K-means, *Pattern Recognition Letters*, 31(8), 651-666.
- Kalaycı, Ş. (2002). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karagoz, Y. (2017). *SPSS ve AMOS Uygulamalı Nicel-Nitel Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Maklin, C. (2018). *Hierarchical Agglomerative Clustering Algorithm Example in Python*.
<https://towardsdatascience.com/machine-learning-algorithms-part-12-hierarchical-agglomerative-clustering-example-in-python-1e18e0075019> Access Date: 1.5.2020.
- Petrosina, A. et al. (2009). The Role of the Family in Crime and Delinquency: Evidence From Prior Quantitative Reviews. *Southwest Journal of Criminal Justice*, 6(2). 108-132.
- Mwangangi, R. K. (2019). The Role of Family in Dealing with Juvenile Delinquency. *Open Journal of Social Sciences*, 7(3), 52-63. doi :10.4236/jss.2019.73004
- TurkStat (2012). Juveniles Received Into Security Unit 2012, 1-45.
- UNCRC, (1992). Convention on the Rights of the Child, <https://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CRC.aspx> Access Date: 1.11.2019
- Yavuzer, H. (2019). *Çocuk ve Suç*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:25.09.2020 ✓Accepted/Kabul:17.06.2021

DOI:10.30794/pausbed.800168

Araştırma Makalesi/ Research Article

Aycil, S. (2021) "Posta Pullarının İşlevsel Yönü ve Menkul Kıymet Olarak Değerlendirilmesi", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 333-357.

POSTA PULLARININ İŞLEVSEL YÖNÜ VE MENKUL KIYMET OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ

Serkan AYCİL*

Öz

Ücretlendirme ve ücret kaçaklarının önlenmesi amacını taşıyan pul uygulamasıyla, posta hizmetlerine işlerlik kazandırılmıştır. Pullar, parasal karşılığın ötesinde farklı bir takım fonksiyonel özellikleriyle kısa sürede imgesel bir materyale dönüşmeyi başarabilmiştir. Görsel mesajın direkt veya dolaylı olarak iletilmesi, insanların pullara olan merakını arttırmakta ve pulları, önemli nesnelere haline getirmektedir. Pul bir devletin bağımsızlığını, milli değerlerini, tarihini, ekonomik gelişmişliğini, inançlarını, siyasi tavrını, sanatsal ve kültürel yönünü en iyi yansıtan belgeler arasında yerini almaktadır. İletişim aracı olmaktan daha öte bir misyona sahip olan pullar, farklı alanlarda yapılan nitelikli birçok çalışmaya da görsellik atfetmektedir. Bu çalışmanın amacı, görsel nesne olarak standart kalıba bürünen pulları, kıymetli evrak statüsünde konumlandırmaya çalışmaktır. Araştırma kapsamında pulun tanımına yer verilerek; ortaya çıkışı, tarihi gelişimi, türleri, işlevi, günümüz uygulamaları ve eğitsel yönü hakkında bilgi verilmiştir. Ayrıca pullara mali değer atfeden; hatalı basım, kalpazanlık, sahtekârlık, koleksiyonculuk ve menkul kıymet olarak değerlendirilme aşamasındaki evrimsel sürece değinilerek, önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar kelimeler: *Filateli, Posta Pulu, Pul, Koleksiyonculuk, Menkul Kıymetler.*

FUNCTIONAL ASPECT OF POSTAL STAMPS AND EVALUATION AS SECURITIES

Abstract

Postal services became operational with the stamp application, which aims to prevent wages and wage evasion. Stamps were able to turn into an imaginary material in a short time with a number of different functional features beyond monetary value. Direct or indirect transmission of the visual message increases people's curiosity about stamps and makes stamps important objects. The stamp is among the documents that best reflect the independence, national values, history, economic development, beliefs, political attitudes, artistic and cultural aspects of a state. Stamps, which have a mission beyond being a communication tool, also attribute visibility to many qualified works in different fields. The aim of this study is to try to position the stamps, which take the standard mold as visual objects, in the status of valuable papers. Within the scope of the research, the definition of the stamp is included; the emergence, historical development, types, functions, today's practices and educational aspects are given. In addition, attributing financial value to stamps; The evolutionary process at the stage of misprinting, counterfeiting, forgery, collecting and evaluation as securities has been mentioned and suggestions have been made.

Keywords: *Philately, Postage Stamp, Stamps, Collecting, Securities.*

*Memur, İstanbul PTT Bölge Başmüdürlüğü Muhasebe ve Finans Müdürlüğü, İSTANBUL.
e-posta: sserkan.aycil@gmail.com, (<https://orcid.org/0000-0002-3540-5548>)

1. GİRİŞ

Posta idaresi tarafından bastırılan ve mesaj iletme fonksiyonu olan ön yüzü resimli, arkası zamlı, etrafı dantelli mali karşılığı olan küçük değerli kâğıt parçaları, pul olarak adlandırılmaktadır (Yardley, 2015: 8). Birden çok işleve sahip olan pullar, duygu yoğunluğunu görsellikle yansıtan ve kurumsal bir kimliğin oluşumuna katkı sunan etkili öğelerdendir. Posta pulunun, İngiltere’den başlayan eşsiz yolculuğu kıtaları aşarak günümüze kadar gelmiştir. Türkiye’de hemen hemen herkesin bir dönem ilgisini celbeden pul merakı, başta Yüksek Kaldırım olmak üzere Moda, Samanpazarı ve Kemeraltı gibi unutulmaz tarihi mekânlarda, meraklılarıyla buluşmuş ve sanatsal bir nesne olarak albümlerdeki yerini almıştır.

Posta hizmetlerinin yerine getirilmesinde kullanılan pullar, para emisyonları (kâğıt veya madeni) ile aynı fonksiyona sahiptir. İktidarların, önemli simgelerinden olan pullar, geleneksel ve kültürel işleviyle birlikte, ideolojik yönlü yaklaşımlara da öncülük etmektedir (Gasımova ve Ahmadov, 2013: 8). Pullar bir ülkenin iktisadi, siyasi, toplumsal, tarihi, kültürel, sanatsal ve bilimsel izdüşümünü yansıtmaktadır. Basit görümlü bir pul nesnesinin, ciltlerle ifade edilebilecek yoğunlukta bir anlam içermesi ve tarihe, kaynaklık eden bir belge hükmüne geçmesi mümkündür. Pulların, insanlara öğreteceği çok şey olduğu gibi insanların da pullardan öğreneceği birçok şey vardır. Sıradan görünümün arkasında, sarmal ve karmaşık bir yapının bulunması en belirgin özellik olsa da anlama ve anlamlandırma sürecinde bakan göz, gören zihindir.

Filateli, kültür işidir bilmeyi gerektirir (Antepli ’den aktaran. Toker, 2013: 52). Değerli bir nesne olan pulu, yalın bir kâğıttan ayırt edebilmek ve görselde yer alan detayları anlamlandırabilmek için belirli bir kültürel birikime sahip olmak gerekmektedir. Örneğin basit bir arkeolojik eserin resmedildiği görseli anlamlandırmaya çalışırken; bulunulan coğrafya, tarihi süreç, ilgili dönemde yaşamış kişiler, etkileşime girilen uygarlıklar, kullanılan madenler, eserin kullanım amacı, ait olduğu dönem, kazının yapıldığı alan vb. bilgilere de sahip olmak gerekmektedir. Bu olgu çift yönlü işleyen bir sürece işaret etmektedir. Birey gördükçe merak eder, araştırdıkça öğrenir. Dolayısıyla pulların bilgiyi, kültüre dönüştüren bir fonksiyona sahip olduğundan söz etmek yanlışlığı oluşturmaz.

Pulları, sistematik olarak düzenlenmiş bir biçimde görmek mümkündür. Çağdaş müzecilik anlayışını yansıtan Ankara PTT Pul Müzesi, 4404 *orijinal* yerli esere ve 1500 parçalık dünya koleksiyonuna, ev sahipliği yapan önemli bir kültür merkezidir (Subaşı, 2019: 52). Resmi kurumların yanı sıra koleksiyonerler, filatelist gruplar, pul dernekleri, kişisel birikim sahipleri ve amatör pul toplayıcıları gibi gönüllülük esasına göre hareket edenlerin oluşturdukları sergiler de mevcuttur.

Usta bir tasarım abidesi olan pullarda, önemli kişiler, tarihi anlar, devlet adamları, taşıtlar, turistik mekânlr, milli değerler, dini semboller, icatlar, folklorik öğeler, müzik aletleri, kadınlar, giysi türleri, toplumsal etkinlikler, edebi anlatımlar, yöresel tatlar, mimari eserler, bitki ve hayvan türleri gibi detaylar okunabilmektedir. Bu bağlamda Türkiye’de yürütülen pul konulu çalışmalarda genellikle pulların fonksiyonel önemi ön plana çıkarılmaktadır. Pulları yatırım aracı olarak değerlendiren, sınırlı sayıdaki birkaç çalışma örneği ise ancak batı literatüründen izlenebilmektedir. Pullara mali bir fonksiyonellik atfetmesi açısından oldukça önemli olan bu çalışmanın, alana farklı bir boyut getireceği ve sonrasında yapılacak yeni araştırmalara kaynak teşkil edeceği düşünülmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Pul Kavramının Ortaya Çıkışı ve Pulun Tanımı

Posta pulu uygulamasının ilk örneğine İngiltere’de rastlandı. Bu döneme kadarki süreçte, postaya verilen gönderiler ancak, alıcısının ücretini ödemesi koşuluyla teslim edilirdi. 1830’lu yıllarda kitapçılık ve matbaacılık işiyle uğraşan James Chalmers, arkası zamlı olan 1 penny değerindeki pullar üzerine denemeler yapıyordu (Tarlakazan, 2017: 341). 1834 yılında, oluşturulan prototip meclise sunuldu ve beklenen ilgiyi görmedi. İngiltere Parlamentosu, Lordlar Kamarası Vekili Sir Rowland Hill bir gün, posta arabasının yoksul bir kıza mektup getirdiğini gördü. Mektubu alan kız, bir süre zarfa baktı ve sonra mektubu postacıya geri verdi. Kızın parasının olmadığını düşünen Rowland Hill postacıya, mektubun parasını ödedi ve mektubu kıza vermesini istedi. Bunun üzerine kız Hill’e, mektubun kardeşinden geldiğini ve içerisinde herhangi bir şey olmadığını söyledi. Yoksul oldukları için de mektubun üzerine koydukları işaretlerle iletişim kurduklarını bu sayede ücret ödemediklerini söyledi. Hill, kabine

toplantısında yaşadıklarını dile getirdi ve posta hizmetlerinin göreceği zararı asgariye indirecek yeni bir sistem önerisinde bulundu. Buna göre, posta ücreti, göndericisinden peşin olarak tahsil edilmeli ve alınan ücreti temsil eden küçük resimli bir kâğıt, mektuba yapıştırılmalıydı. Öneri kabul edildi ve 6 Mayıs 1840 tarihinde yürürlüğe girdi. Akabinde, Kraliçe Victoria'nın resminin yer aldığı 1 penny değerinde siyah ve 2 penny değerinde mavi renkli pullar tedavüle çıkarıldı (Güven Bezaz, 2006: 291-292).



Görsel 1. *The Penny Black*, basılan ilk pul

2.2. Pul Kavramı

Pul, üzerinde çeşitli görsellerin yer aldığı, ayırt edici ölçü ve kriterlere göre oluşturulmuş, arka yüzü zamkılı olan değerli kâğıtlardır (Kazan, 2016: 15). Pul, minyatür sanat eseri niteliği taşıyan görsel hafızadır.



Görsel 2. Memleket serisi II. grup (1958).



Görsel 3. İllerimiz pul serisi (2005).

2.3. Türkiye’de Pul ve Pulculuk Faaliyetinin Tarihi Gelişimi

Türkiye’de pulculuğun gelişimi, posta hizmetleri faaliyetiyle birlikte iki dönem halinde incelenmektedir. Bunlar: Prefilatelik dönem (1863 ve öncesi) ve filatelik dönemdir (1863 ve sonrası).

2.3.1. Prefilatelik Dönem (1863 ve öncesi)

Prefilatelik dönem, üç aşamada izlenmektedir. Bunlar: Birinci Dönem, İkinci Dönem ve Ecnebi Postaları Dönemidir.

a. Birinci Dönem: Osmanlı İmparatorluğunun sınırları sürekli genişlemekteydi. Fetih hareketiyle birlikte, devlet-ordu ilişkisinde koordinasyona bağlı bir takım güçlükler yaşandı ve yeni iletişim teknikleri gündeme geldi. İlk zamanlarda Mısır modeli örnek alındı ve posta güvercinleriyle haberleşme sağlandı. Ancak güvercinle haberleşmede istenilen verim elde edilemedi. 1453 yılında İstanbul fethedildiğinde, Bizans’ta alt yapısı oluşturulmuş bir posta teşkilatı bulunmaktaydı. Mevcut posta teşkilatı, kısa sürede geliştirildi ve devlet ile ordu arasında haberleşmeyi sağlayan yeni bir askeri posta teşkilatı kuruldu. Dönemin sonlarına doğru ise halkın haberleşme ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik, sivil postacılık uygulamasına geçildi (Akoba, 1963: 19-21).

b. İkinci Dönem: Filatelistler, pulları sınıflandırırken kolaylık olması açısından 1840 ile 1863 yılları arasında geçen dönemi *Mühür Dönemi*, 1863 yılı sonrasını da *Damga Dönemi* olarak adlandırmıştır (Tanyer, 2010: 197). Damga dönemi olarak adlandırılan bu dönemde mektuplara, postanenin bilgilerini içeren bir damga tatbik edilmekteydi. Ayrıca, bu dönemde Posta Nezareti kuruldu ve modern haberleşme sisteminin temelleri atıldı (Düzenli ve Kavuran, 2004: 193).

c. Ecnebi Postaları Dönemi: Kısa zamanda etkili bir posta tekeli oluşturamayan Osmanlı İmparatorluğu, yabancı devletlerin kendi topraklarında postacılık faaliyetinde bulunmasına müsamaha gösterdi ve bu devletlere birtakım imtiyazlar tanıdı. Bu dönemde, posta hizmetleri faaliyetini yerine getiren ülkeler, kendi pullarını kullanarak gelir elde ettiler ve bu gelirden Osmanlı İmparatorluğuna herhangi bir pay vermediler. Her ne kadar tanınan imtiyazların kaldırılması yönünde girişimde bulunulsa da herhangi bir netice alınamadı (Düzenli ve Kavuran, 2004: 194). Osmanlı Posta İdaresinin girişimleri neticesinde 1914 tarihinde, İmtiyazat-ı Ecnebiyenin *Kapitülasyon İlga'sı* hakkında İrade-i Seniyye, yayınlandı ve akabinde, Osmanlı topraklarında faaliyette bulunan yabancı postanelerin tamamı kesin olarak kapatıldı (İmtiyazat-ı Ecnebiyenin İlgası, 1914: 1273; Tanyer, 2010: 197).

2.3.2. Filatelik Dönem

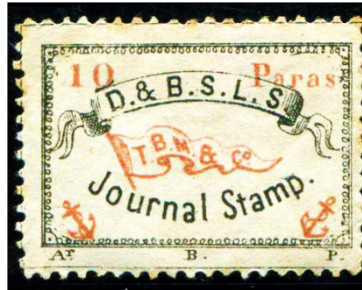
İlk posta pulunun çıkarıldığı, 13 Ocak 1863 yılı, filatelik dönemin başlangıcı kabul edildi. Bu dönem ana hatlarıyla dört aşamada incelenmektedir:

a. Osmanlı Postaları (1863-1921): İlk pulun tedavüle çıkarıldığı yıldan, Cumhuriyet dönemine kadar geçen süreyi kapsamaktadır. Dönemin Posta Nazırı Agâh Efendi, 1863 yılında, Tuğralı pul olarak anılan ilk Türk posta pulunu bastırdı (Arı, 2013: 169). Sultan Abdülaziz'in tuğrasının modellenmesiyle oluşturulan pul, posta tarihinde bir ilke sahne oldu. Bu tarihten itibaren, mesafenin dikkate alınması koşuluyla mektuplarda ücret karşılığı, pul uygulamasına geçildi (Düzenli, 2004: 194). İki ve beş kuruştan satışı çıkarılan tuğralı pullar, günümüzde 1 milyon 200 bin TL'den alıcı bulmaktadır (Çelik, 2008: 34).



Görsel 4. İlk Osmanlı pulu *Tuğralı Pul* 1 Ocak 1863.

b. İmtiyazlı Ecnebi Postaları (1721-1914): Yabancılar tarafından tanınan imtiyazlardan sonra, posta tekeli ciddi zararlar gördü ve rekabet edemeyecek duruma geldi. Bunun üzerine İngiliz posta uzmanı F. B. Skndamur İstanbul'a getirilerek, posta hizmetlerinde iyileştirme çalışmaları başlatıldı (Düzenli ve Kavuran, 2004: 196). 1857 yılında Amirote ve 1869 yılında, Morton Vapur Kumpanyası adıyla kurulan şirketler, Osmanlı sahillerinde şube açmaksızın, postaneye dönüştürdükleri gemilerde, kendilerine has damga ve pulları kullanarak, posta taşımacılığı faaliyetinde bulundu (Demir, 2005: 8).



Görsel 5. Morton Vapur Şirketi pulu.

c. Anadolu Postaları: İkili hükümet sistemi çelişkinin yaşandığı 1920 yılından, Cumhuriyetin ilanına kadar geçen süreyi kapsamaktadır. Bu dönemde, Osmanlı İmparatorluğu, siyasi olarak kendisini tanımayan idari birimlere pul yollamıyordu. Anadolu Posta İdaresinin artan pul ihtiyacı ise Ankara Hükümetinin, eski pulları sürşarj ederek tedavüle çıkarmasıyla gideriliyordu. 1913 yılında, Edirne'nin Bulgar işgalinden kurtuluşunun anısına bastırılan

Selimiye Camii motifli pul, ilk resmi pul olma özelliğine sahip olup, anılan dönemde sürşarj edilerek posta pulu yerine kullanıldı (Düzenli ve Kavuran, 2004: 196).



Görsel 6. İlk resmi pul Selimiye Camii 1913.

d. **Türkiye Cumhuriyeti Postaları:** Cumhuriyetin ilanından sonraki dönemi kapsamaktadır. Bu dönemde, posta hizmetlerinde dönüşüm yaşandı. İllerde, ilçelerde, bucaklarda ve köylerde posta merkez ve şubeleri kuruldu. Bu dönemde belirli alanlara posta kutuları konuldu. Aynı zamanda pul bayileri ve acentelikler açılarak posta hizmetlerine işlerlik kazandırıldı (Yurtoğlu, 2015: 78).



Görsel 7. Birinci Ayyıldız serisi 1923.



Görsel 8. Ankara Sivas demiryolu 1929.

2.4. Pul Türleri

2.4.1. Basılma Amaçlarına Göre Pul Türleri

a. **Hazine Pulları:** Hazineye gelir sağlama amacı taşıyan resim, harç, vergi, bağış vb. ücretlerin toplanması için kullanılan, bir yüzü yalın diğer yüzü yapışkanlı olan değerli kâğıtlardır (Aydoğmuş, 2015: 68). Posta puluna benzeyen ancak fiskal pul türüne dâhil olan bu pullarda, damga kullanılmaz. Fiskal pullar genellikle imza, çizgi, kabartma mühür veya *perfin* adı verilen pulun üzerine delik açan makinelerle iptal edilir. Bu yöntem, pulun çalınmasını önlemek amacıyla geliştirilmiştir. Ayrıca, fiskal pulları posta işlemlerinde kullanmak da yasaktır (Alp, 2019: 97).



Görsel 9. Damga pulu.



Görsel 10. Harç pulu.



Görsel 11. Damga pulu.

b. **Resmi Pullar:** 5584 sayılı kanununun 21. maddesi gereği resmi kurumların, pul talep formu karşılığında aldıkları ve sadece resmi yazışmalarda, posta ücretine karşılık kullandıkları pullardır (Güven Bezaz, 2006: 317).



Görsel 12. Resmi pul.



Görsel 13. Resmi pul.



Görsel 14. Resmi pul.

c. **Sürekli Posta Pulları:** Çeşit ve miktar itibarıyla, çok fazla sayıda bastırılan ve genellikle iki renk içeren, günlük posta ücretlerinin ödenmesinde kullanılan pullardır (Tarlakazan, 2017: 342).



Görsel 15. Vedat Tek (Mimar).



Görsel 16. Kore Savaşı anısına.

d. **Anma Pulü:** Bir kişiyi veya olayı yâd etme amacı taşıyan, üzerinde kişiye veya olaya ait vurgulayıcı görsellerin yer aldığı, bazen de propaganda gayesiyle oluşturulan pullardır. Anma pulları bazen bloklar halinde de bastırılmaktadır (Düzenli ve Kavuran, 2004: 197).



Görsel 17. İstanbul'un Fethi.



Görsel 18. Kut-ül Amare Zaferinin 100. Yılı.

e. **Yardım Pulları:** Şefkat pulları olarak da isimlendirilen bu pullar, hayır kurumlarının asgari faaliyetlerini yürütebilmeleri gayesiyle, kendi adlarına bastırdıkları ve satışa sundukları pul türüdür (Bakmaz, 2016: 30).



Görsel 19. THK yardım makbuzu.

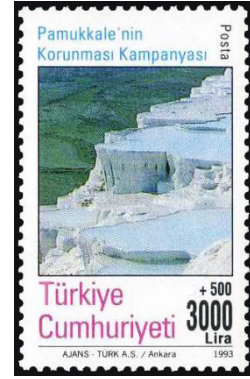
f. **Artı Değerli Pullar:** 09.06.1958 tarih ve 7127 sayılı yasa gereği, PTT AŞ'nin yılda iki defa 300.000 tiraj ile çıkardığı ve yıl sonunda pulun üzerinde yazan ek gelirin %25'ini Çocuk Esirgeme Kurumuna, %75'ini de Kızılay'a aktardığı pul türüdür (Düzenli ve Kavuran, 2004: 198).



Görsel 20. Yunus Emre.



Görsel 21. Lokomotifler.



Görsel 22. Pamukkale.

2. 4. 2. Şekillerine Göre Pul Türleri

Sınırlı kullanım alanına sahip olan pullar, çeşitli görseller içermektedir. Bazen, tasvir edilmek istenen tema standart *dikdörtgen* kalıba sığdırılamayabilir. Bu nedenle, form oluşturulurken konu bütünlüğüne uygun olarak zaman zaman farklı geometrik şekiller kullanılabilir (İnce, 2017: 28). Pullar, biçim itibarıyla 2'ye ayrılır. Bunlar: dörtgen ve dörtgen olmayan pullardır. Kareye yakın olarak tasarlanan dörtgen pullar, portföyün¹ çoğunluğunu oluşturur. Dörtgen olmayan pullar ise daha çok yuvarlağa yakın üçgen, altıgen veya sekizgen olarak tasarlanır (Tamer, 2014: 10-11). 1898 yılında, Osmanlı İmparatorluğunun bastırdığı Teselya Ordusu Posta Pulları, dünyanın sekizgen formda bastırılan ilk posta pulları olmuştur (Çelik, 2008: 34).



Görsel 23. Sekizgen pul.



Görsel 24. Köşegen pul.



Görsel 25. Kalp şekilli pul.

1 İçerisinde değerli kâğıtların ve pulların yer aldığı özel tasarım dosyalardır.



Görsel 26. Altıgen pul.



Görsel 27. Daire pul.

Günümüzde swarovski taşlı, altın kaplama, 3 boyutlu, kabartmalı, polimer veya plastik maddeden üretilen pulların yanı sıra bitter, okaliptus ve çikolata aromalı kâğıtlardan elde edilen kahve kokulu pullar da bastırılmıştır. 1973 yılında Bhutan Krallığı *Bhutan Talking Stamps* adıyla fonograf bir pul bastırmıştır. Çelik folyo üzerine tasarlanan bu pul, gramafon yardımıyla çalınabilmektedir. Alışılmış görseleğe eklenen işitsel fonksiyon ile pul tarihinde çığır açan uygulama, pullarla ilgili farklı tasarımlara da ilham kaynağı olmuştur. 21.yy'da İngiltere Kraliyet Postası, tag veya karekod özelliğine sahip akıllı pul tasarlamıştır. Akıllı telefonlara yüklenen uygulama yardımıyla, karekod okutulmakta ve pula yüklenen bütün bilgiler ekrana gelmektedir (Toker, 2013: 40-49).



Görsel 28. Bhutan Talking Stamps.



Görsel 29. Dinazor serisi T-REX lenticular baskılı 3D pul.



Görsel 30. Google Play veya PTT AR uygulamasıyla çalışan Türkiye'nin ilk görüntülü ve sesli pulu.



Görsel 31. Altın pul Stephenson'ın Lokomotif (1825) Stockton ve Darlington demiryolu.

2.5. Pulların İşlevsel Yönü

- a. **Ansiklopedik Hafıza:** Birleşik Krallık ve İrlanda da bulunan Britanya Kütüphanesinde, 1662 tarihi itibarıyla

basılı bulunan tüm yayınlar ve eserler, derleme kanunu kapsamında arşivlenmektedir. Eserler arasında 8 milyon pul ve sayısız filateli malzemesi de yer almaktadır (Bezirci, 2018: 239).



Görsel 32. İstiklal Marşı.



Görsel 33. Yazının anlam ve önemi.

b. Dini İnanç ve Semboller: Pullar, uzun zamandır dini propaganda aracı olarak da kullanılmaktadır. Vatikan, pullara yüklediği misyonla; papalık arması, portreler, Codex Justinianus gibi tasvirleri, tarih boyunca pullarda kullanmış ve Hristiyanlığı kabul eden toplumlara subliminal içerikli mesajlar vermiştir (Stoetzer, 1953: 8). Birleşmiş Milletlerin 2020 yılını, bitki sağlığı yılı olarak ilan etmesiyle birlikte Vatikan, *İlk Hristiyan Devlete Ziyaret* başlığıyla imgesel bir pul bastırmıştır. Pulun üzerinde Ermeni soykırımı anıtı olarak nitelendirdikleri ve değer atfettikleri anıt, dua eden Hristiyan din adamları, Hz. Nuh'un Gemisi şeklinde tasarlanan saksı ve bu saksıya dikilen ağacın sulanması tasviri yer almaktadır (Armenpress.am, 2020). 2021 yılının mart ayında, *Kürt Bölgesel Yönetimi*, Papa Francis'in Irak'a ziyaretini anmak amacıyla, pul bastırmaya yönelik bir girişimde bulunmuştur. Basılması düşünülen pullar, altı farklı tasarımdan oluşmaktadır. Tasarımların birinde Türkiye'nin birçok vilayetinin, Irak topraklarına dâhil edildiği bir harita resmedilmiştir (Duz, 2021). İlgili yönetim, tasarımların resmi olarak doğrulanmadığını, sadece sanatçı çizimi olduğunu belirten bir açıklamada bulunmuştur. Ayrıca Şeâir-i İslâm'iyeyi temsil eden medrese, türbe, külliye ve camii gibi eserler de propagandadan münezze tutularak pullarda neşredilmiştir.



Görsel 34. Vatikan'ın Hristiyan devlete ziyareti.



Görsel 35. Kâbe-i Muazzama.

c. Ekonomik Yönü: Pullarda kullanılan görseller, ülkelerin iktisadi ve teknolojik gelişmişliğini göstermek amacıyla da kullanılabilir. Ülkelerin, tarihi gelişimlerine bakıldığında sanayi, tarım, hayvancılık, maden, turizm vb. potansiyellerine ilişkin veriler elde edilebilir (İnce, 2017: 42). Erken dönem pullarında özellikle, ülkelerin ekonomik potansiyellerini ön plana çıkaran görseller kullanılmaktadır.



Görsel 36. 10. Madencilik Kongresi.



Görsel 37. Enerji tasarrufu temalı pul.

d. Siyasi Yönü: Pullar, çoğunlukla bağımsızlığın ve siyasi egemenliğin göstergesi olmaktadır. Bağımsızlığını ilan eden devletler, pullarda ve paralarda bağımsızlığını tasvir eden ulusal öğeleri kullanmaktadır (Yazıcı, 2016: 99). Bir ülkenin, tam bağımsızlığı ancak bayrak, para ve pul üçlemesiyle sağlanabilmektedir (Say'dan aktaran Düzenli ve Kavuran, 2004: 189). Fransız Ticaret Bakanı Mesureur, 1892 yılında bir rapor yayınladı. Raporda, bir ülkenin ulusal karakterinin ve hüküm süren siyasi rejiminin, pullarda yer alan görsellerle mantıklı bir ilişkisinin olduğunu belirten bir açıklamaya yer verildi (Ferreira, 2006: 38). 1945 yılında, ABD Sovyet Hükûmetine karşı Türkiye ile yakınlaştı ve ABD donanmasının en büyük gemilerinden biri olan Missouri Gemisi 1946 yılında Türkiye'ye geldi. Halkta heyecan uyandıran bu gelişme karşısında, caddelere bayraklar asıldı ve olayı anlatan posta pulları bastırıldı (Ertem, 2013: 176). Ayrıca, bağımsızlığını ilan eden bir ülkenin pullarının satın alınması o ülkenin, siyasi olarak tanındığı anlamına gelmektedir.



Görsel 38. Kıbrıs Barış Harekâtı.



Görsel 39. Missouri Gemisinin gelişi (1946).

e. Kültürel Yönü: Pullar, taşıdıkları ekonomik değerlerin yanı sıra, kültürel gösterge olma vasfına da sahiptir (Yılmaz, 2019: 232). Pulların kültürel yönü, basıldığı ülkenin kendine has niteliklerinin yansıtılması bağlamında önem taşımaktadır.



Görsel 40. Halkoyunları (Halay).



Görsel 41. Yörüklerin kültür ve gelenekleri.

f. Propaganda Yönü: Dünya'nın birçok ülkesinin siyasi, ekonomik ve sosyolojik incelemelerinde para ve pul gibi görseller üzerinden, bilinçaltına mesaj telkin edildiği yönünde çıkarımlarda bulunulmuştur. Özellikle, iktidara gelen hükümetlerin sıklıkla başvurduğu propaganda araçlarının başında, pullar gelmektedir. Hükümetler, genellikle kendi iktidarlarını, önceki siyasi oluşumlarla karşılaştırırlar. Diğer siyasi aktörlerin hata ve noksanlıklarını vurgulayan yıpratma yönlü davranışları kullanarak, egemen gücün kendileri olduğunu gösterme gayretini içerisine

girerler. Kullandıkları simge ve semboller üzerinden de halkı manipüle etmeye çalışırlar (Elal, 2018: 122).



Görsel 42. Marmaray projesi.



Görsel 43. Ak Partinin 15.Yılı.

g. **Sanatsal Yönü:** Pullar, insanların yaşam tarzını estetik açıdan ele alan sanatsal nesnelere. Gelenekselin korunmak suretiyle geleceğe taşınması, sanatın önemli bir işlevi olarak düşünülebilir (Begiç ve Çelebilik, 2015: 270).



Görsel 44. Selvi boylum al yazmalım filmi pulu.



Görsel 45. Film-san pulu.

h. **Eğitsel Yönü:** Bireyin, görsel okur-yazarlık becerisi kazanmasında pulun önemli bir etkisinin olacağı düşünülmektedir (Bakmaz, 2016: 37). Son 25 yılda yapılan birçok çalışmada pulların, ilk ve orta öğretim kurumlarında, eğitim aracı olarak kullanılması gerektiğine vurgu yapılmaktadır (Anameriç, 2018: 596).



Görsel 46. Türkçenin resmi dil oluşunun 700.yılı.



Görsel 47. Dünya okuma yazma yılı.

i. **Yardımlaşma ve Dayanışma Yönü:** Olası felaketlerle karşılaşılması durumunda, devletler yardım amaçlı pul bastırabilmektedir. 1911 yılında, yoksullukla mücadele kampanyası yürüten Portekiz, ilk defa posta pullarına artı değer ilave ederek, finansman sağlama yoluna gitmiştir (Ferreira, 2006: 118). Rumların uyguladığı ambargo neticesinde, siyasi ve ekonomik yaptırımlara maruz kalan Kıbrıslı Türklerin durumunu değerlendirmek amacıyla Bakanlar Kurulu toplantısı düzenlendi. 7 Ocak 1964 ve 12 Eylül 1964 tarihli toplantıda, ağır yaptırımlarla karşı karşıya kalan Kıbrıslı Türklerin, ekonomik ihtiyaçlarını teminen *Kıbrıs'a Yardım Pulu* bastırılması ve bütün yurtdışı satışa sunulması yönünde karar alındı. Kızılay başta olmak üzere birçok kurumun ve derneğin girişimiyle bastırılan

bu pullar, bütün yurttan satışa sunuldu (Keser, 2013: 49).



Görsel 48. İnsan hakları konulu pul.



Görsel 49. Kadınlar anısına.

j. Tarihsel Yönü: Geniş anlamda yapılan tanımlamaya göre pul, tarihi evrak statüsünde konumlandırılmış belge olarak yorumlanmaktadır (Ferreira, 2006: 11). Sosyal bir bilim olan filateli, çeşitli dönemlere ait izlenimleri görselleştirerek tarih bilimine yardımcı olmaya çalışır.

Milli Mücadele döneminde işgal edilen Adana, Balıkesir, İstanbul ve İzmir gibi vilayetleri görsel olarak tasvir eden pulların bastırılması ve üzerine *Milli Mücadele Hatırası* ibaresinin yazılması yönünde karar alındı (Yurtoğlu, 2015: 53).



Görsel 50. Truva Atı.



Görsel 51. Milli Mücadele ibareli pul.

k. Tıbbi Uygulama Yönü: Son yüzyılda, kalp rahatsızlıklarının tedavi edilmesi amacıyla, ilaç yapımında etken madde olarak kullanılan bitki türleri, 22 farklı ülkenin posta pullarında görsel olarak kullanılmıştır (Ataman, 2010: 55).



Görsel 52. Kanserle mücadele.



Görsel 53. Şifalı bitkiler (Civanperçemi).

l. Küresel ve Çevresel Değişim Yönü: İnsanların bir arada yaşamaya başlamaları zaman içerisinde bazı kentsel sorunlara sebebiyet vermektedir. Nüfus artışı, çarpık yapılaşma, yeşil alanların yetersizliği, zehirli gazlar ve hava sirkülasyonunun yetersizliği gibi değişkenler; küresel ısınma başta olmak üzere, biyoçeşitlilikte azalma, erozyon, rekoltte düşüklüğü, su sorunları, meteorolojik hadiseler (ani yağışlar, fırtına, kasırga, uzun süreli kuraklık vb.) bilinçsiz enerji tüketimi ve kontrolsüz kaynak kullanımı gibi sorunları ortaya çıkarmaktadır. Devlet mekanizmaları, dünyayı ve insanlığın geleceğini tehdit eden küresel krizlere karşı, vatandaşlarına; ekosistem, eğitim ve sürdürülebilir enerji kaynakları konularında bilgilendirmelerde bulunmaktadır. Dolayısıyla bu süreçte, küresel değişimlere vurgu yapan ve yeşil etik politikalarını benimsetmeye çalışan görseller üzerinden, kitlesel bilinç oluşturulmaya çalışılmaktadır (Brunn, 2017: 131).



Görsel 54. Ormanlarımızı koruyalım.



Görsel 55. Dünya Çevre Günü denizlerimizi koruyalım.

m. İletişim Yönü: Posta hizmetlerinde pul kullanımı, uygulama itibariyle 200 yıla yakın bir süreci kapsamaktadır. Bu süreçte milyonlarca insan pullara muhatap olmuştur. Belirli görseller içeren pullar, etkileşime geçenleri etkileyerek farklı bir izlenim bırakmaktadır. Pullar dolaylı iletişim fonksiyonunun yerine getirilmesinde ve bireylerarası iletişimde de önemli bir misyonun yüklenicisi konumundadır.

Silivri Cezaevinde yatan emekli bir askerın, mecliste grubu bulunan siyasi bir partinin genel başkan yardımcısına mektup göndermesi üzerine, farklı bir polemik yaşandı. Zarfa yapıştırılan pulların birine entegre edilen parçada *daha adil bir dünya için yanımda ol* ifadesi yer aldı. Bunun üzerine ilgili vekil, pulun üzerinde yazan ibarenin ne anlama geldiğini ve pul üzerinden özel olarak ne anlatılmak istendiğini sorgulayan bir soru önergesini meclise sundu (Umutoran.com, 2013).



Görsel 56. Adil dünya pulunun orijinali.



Görsel 57. Posta arabaları ve posta araçları.

2.6. Kişisel Pul

Posta idaresine kaynak sağlamak ve pulculuğa yeni bir boyut kazandırmak amacıyla 25 Ekim 2005 tarihinde uygulamaya alınan bir hizmettir. Bu hizmetten hem gerçek hem de tüzel kişiler yararlanabilmektedir (Daldal, 2020: 74). Bastırılan pulların posta işlemlerinde kullanılmasında herhangi bir yasal sınırlama söz konusu değildir. Uygulamanın, pul piyasasına zarar verdiğini düşünen koleksiyonerler konuya biraz temkinli yaklaşmaktadır. Mahremiyet içerme ihtimali olan bu tür nesnelere, koleksiyon objesi olarak kullanılamayacağı yönünde düşüncelerini dile getirmektedir (Arman Arıkan, kişisel görüşme, 12 Ağustos 2020).



Görsel 58. Kişisel pul örnekleri.



Görsel 59. Kişisel pul örnekleri.



Görsel 60. Kişisel pul örnekleri.



Görsel 61. Kişisel pul örnekleri.

2.7.Çocuklara Sorumluluk Bilinci Aşılama Pullar

Çağrışımsal karmaşa, nesnelere arasındaki benzerliklerin ve farklılıkların görülmesine olanak tanıyan ve fark edebilme yeteneğini geliştirir (Tuna, 2006: 24). Gelişme çağındaki çocuklara pul biriktirme alışkanlığı kazandırmak; çocukların imgesel dünyalarını, kavramsal realiteyle inşa etme anlamı taşır. Koleksiyon kültürü edinen çocuklarda sorumluluk ve sahiplenme hissi aktifleşir. Çocuklar zamanla, pedagojik gelişimlerine pozitif yönde etki edecek bir takım davranışlar edinir. Bu sayede çocukların keşfetme, tanıma, tanımlama, öğrenme, anlam yükleme, hayal kurma, yorumlama ve koruma becerileri gelişmiş olur. Çizgi film karakterlerinin yer aldığı görselleri pullarda kullanmak, belki de pullarla kurulabilecek etkili bir bağın ilk düğümü olabilir.

Posta pullarının değişimini olanaklı hale getiren uygulamalara birkaç ülkede rastlanmaktadır. Okullarda yapılan değiş-tokuş aktivitesi, bireylerin filateli malzemesine erişimini hızlandırmakta ve karmaşık alışveriş ilişkisi içerisinde sosyalleşmelerine olanak tanımaktadır (Ferreira, 2006: 86). Ayrıca Londra Posta Müzesinin girişimiyle kurulan interaktif atölyelerde, ilk ve orta dereceli okullarda okuyan öğrencilere, filateli ve pulculuk konularında müfredata uygun, ücretsiz eğitim olanağı sunulmaktadır (The Postal Museum, 2017: 4). Türkiye’de yapılan bir tez çalışmasında, sosyal bilgiler dersinin 15 saatlik kısmında para ve pullar materyal olarak kullanılmıştır. İki farklı grup üzerinden yürütülen çalışmada 1. grubun dersleri para ve pullarla 2. grubun dersleri ise sadece ders kitabı üzerinden işlenmiştir. Araştırma sonunda; 1. gruba dâhil olan öğrencilerin derse tam katılım sağladığı, soru sorma ve merak etme duygularının geliştiği, testlerde yüksek başarı sağlandığı ve başarı oranında anlamlı bir artışın olduğu sonucuna varılmıştır (Bakmaz 2016: 67-73).



Görsel 62. Hayvanları tanıyalım.



Görsel 63. Ceviz ile Karınca.



Görsel 64. Nasreddin Hoca.

2. 8. Pul Kalpazanlığı

Spiro kardeşler, tarihte bilinen ilk pul kalpazanlarından olup, 1864 yılından 1880 yılına kadar geçen sürede 400 farklı türde pulu, kendilerine ait litografi basımevinde bastırarak, Hamburg başta olmak üzere, tüm Avrupa coğrafyasına dağıtmıştır. Profesionellikten biraz uzak olan ve dikkatli bakınca sahte olduğu anlaşılan bu pullar hemen hemen bütün eski koleksiyonlarda bulunabilmektedir (Morgan, 2015: 263). 24 Şubat 1942'de Fransız Gümrüğü, ender bulunan pulların yer aldığı bir zarfı inceledi. Tetkik sonucunda, bu pullardan 18'inin gümrüğe beyan edilmediği tespit edildi. Dolayısıyla pullarla ilişkili olan Jean De Sperati hakkında yargılanma talebinde bulunuldu. Sperati, pulların sahte olduğunu bu nedenle kendisine ceza verilmemesi gerektiğini söylese de kriminal incelemesi raporu, bunun aksini belgeledi. Rapora istinaden, pulların gerçek olduğuna kanaat getirildi ve bu nedenle Sperati'ye gümrük dolandırıcılığı suçuna yeltenmekten 1 yıl hapis cezası, ayrıca 310.000 frank da para cezası verilmesi uygun görüldü. Temyiz sürecinde pullar tekrar incelendi. Bu defa incelemeye sahtecilik uzmanı Leon Dubus da dâhil edildi. Dubus'un sunduğu raporda ise; pulların orijinallerine inanılmaz derecede benzediği ancak eldeki eserlerin tamamının sahte olduğu sonucu çıktı. Yapılan sorguda Sperati'nin 125 civarı farklı türde damga kullanarak 5000'den fazla eser ürettiği ve ender bulunan pulları da piyasa fiyatının %1'ine sattığı ortaya çıkarıldı. Bunun üzerine B.P.A dünyada, filateli ekseni bir krizin yaşanabilmesi endişesiyle, Sperati'nin tüm koleksiyonunu satın aldı. Mahkemenin ve bilirkişinin, pulların gerçekliği veya sahteliği konusunda tereddüt yaşamaları Sperati'ye uluslararası alanda kötü bir şöhret getirdi (Lowe ve Walske, 2001: 21-23). Fazlasıyla ünlenen Sperati pulculuk ve filateli tarihinde, unutulmazlar arasında yerini aldı. Pul üzerinden yapılan kalpazanlık örneklerine dönem dönem ülkemizde de rastlanmaktadır. Özellikle kayıt dönemlerinde okul yönetimleri, bağış adı altında velilerden para yerine posta pulu talep etmektedir. Bu durumu fırsata dönüştürmek isteyen pul kalpazanları ise ürettikleri çok sayıda sahte pulu bir şekilde piyasaya dâhil etmektedir.

2. 9. Hatalı Basım ve Sahtecilik

PULKO 2005 kataloğunda, varyete² olarak gösterilen ve posta geçmişi görülmeyen RRR nedret ölçülü yaprağın nörfüne pul tüccarları, fahiş bir fiyatlamada bulundular. İlerleyen yıllarda astronomik fiyatlarla koleksiyonlere satılan bu örnekler için hususi bir araştırma başlatıldı. Kapsamlı çalışmada ne Birinci İnönü Emisyonunda ne de Üçüncü İnönü Emisyonunda kâğıt gibi ince varyetenin olmadığı sonucuna varıldı. Parçalanmadan postadan geçen bu örnekler Türk filateli tarihinde uzun yıllar yanılgı oluşturdu ve istemsiz usulsüzlük örneği olarak arşivlerde yerini aldı (Akan ve Kuran, 2019: 332). Resmîyet gerektiren birçok işlemde imzalar, evrak üzerine yapıştırılan pullara tatbik edilmektedir. Bu tür evrakları ele geçiren sahteciler pul nakli yöntemiyle imzalı pulları yerinden alarak, sahte olarak düzenledikleri sözleşme, senet ve satış akdi gibi evraklara yapıştırmaktadır (Aydoğdu ve Ataç, 2011: 59). Evrak sahteciliğinde işleme resmîyet kazandırmak adına en sık kullanılan yöntemlerden biri pul nakli yöntemidir.

2. 10. Koleksiyonculuk

Ücret tatbikinde posta pullarının kullanılmaya başlanması, zamanla pulları takip eden ve toplayan meraklı 2 Bir pulun değişik şekillerde basılması işlemidir. Hatalı basımdan farklı olarak idarenin kontrolünde gerçekleştirilir.

bir kitlenin oluşmasına zemin hazırlamıştır. İlk toplayıcının ünlü nümismatik koleksiyoncusu olan Vetzell olduğu düşünülmektedir. 1860 yılında ilk defa Alfred Potiquet isimli bir meraklı, biriktirdiği pullardan 40 sayfalık bir katalog oluşturmuştur (Kış, 2015: 328). Koleksiyonerlik aynı zamanda finansal bir yatırım modelidir. Tahvil uzmanı Bill Gross 3 milyon dolar değerinde olan *1 cent Z-Grill* pulunu satın alarak ABD'nin tek eksiksiz pul koleksiyoncusu olmuştur (Grijp, 2012: 44). Dünya toplumlarında hobi haline dönüşen pul biriktirme alışkanlığı, yüksek değer ihtiva eden antika pulların günümüze ulaşmasını sağlamıştır. Pulları muhafaza etmek zor bir iştir. Bakım konusunda yetersizlik hisseden koleksiyonerler uzun uğraşlar sonucunda biriktirdikleri pulları, bir süre sonra kültür mirası kurumlarına bağışlamaktadır (Ozeran, 2017: 1).

2. 11. Para Olarak Kullanılan Pullar

Birinci Dünya Savaşı'nın sürdüğü 1917 yılında mali bir kriz yaşandı. Hükümet, ağır savaş giderleri karşısında para bastırarak kaynak bulamadığından, 5 ve 10 paralık kupürleri kartonlara yapıştırarak tedavüle çıkardı. Para pullar, 1 yıl kadar kullanıldıktan sonra tedavülden kaldırıldı (Akyıldız, 2003: 399).

2. 12. Menkul Kıymet Olarak Pullar

Tanıtım, bilgilendirme, kültürel birikim, uluslaşma süreci, bilgi aktarımı, geçmişe tanıklık ve propaganda gibi işlevsel yönüyle bilinen pullar, alışılmışın dışında ekonomik değer ihtiva eden nesnelere olarak da değerlendirilebilmektedir (Elhan, 2017: 87). Genellikle hobi amaçlı geliştirilen ve düşük maliyetli olan pul biriktirme becerisi, bazen beklenmedik bir anda çok pahalı bir yatırım aracına dönüşebilmektedir. Özellikle pul müzayedelerinde bazı nesnelere, tahmin edildiğinden daha fazla ekonomik değer yüklenebilmektedir.

Osmanlı'da ilgi gören pulların ilk tasarımını, ressam olan Sultan Abdülaziz pek beğenmedi. Bunun üzerine pula ait çizimler Paris'te yeni bir baskı tekniği icat eden Mr. Duloz'a gönderildi. Duloz çizimleri yeniden tasarladı ve Poitevin'teki matbaasında yeni bir pul serisi bastırdı. 1867 tarihinde ikinci emisyonunda bastırılan 25 kuruşluk pullardan günümüze sadece 9 tanesi ulaştı. *Duloz Takse* pulu olarak anılan bu nesnelere, günümüzde 80 bin TL'den alıcı bulunmaktadır (Dadyan, 2018: 49). 1980 yılında düzenlenen bir müzayedede İngiliz Guanas'na ait bir pula beklenmedik ölçüde değer biçildi ve açık artırmada 935.000 dolara satışı gerçekleşti (Yazıcı, 2010: 325). Dünya'da beş adet olduğu tahmin edilen ve İsveç ordusundaki askerlerin giydiği ceketleri imgeleyen 1855 tarihli *Treskilling Yellow* (sarı pul), basım hatası nedeniyle eşsiz bir üne kavuştu. Yeşil ton yerine sarı-turuncu bir renk tonuyla bastırılan pulların cari değeri, 2.1 milyon dolardır (Feldman, 1996: 11-13). 1918 yılında ABD'de basımı gerçekleşen ilk havayolu temalı pullarda Birinci Dünya Savaşında kullanılan Curtiss JN-4 Jenny tipi uçak resmedildi. Basımı gerçekleşen pulların yaklaşık 700 tanesinin hatalı olduğu fark edildi ve sadece 100 tanesi kurtarılabildi. *Inverted Jenny* olarak adlandırılan ters uçak temalı pullardan 4'ü, 2005 yılında yapılan bir müzayedede 2.7 milyon dolara satıldı (Amick, 1987: 15). Tek büyük koleksiyon olan ve 19. yüzyılda bir araya getirilen Mauritius pulları ender ve ilkel olduğu için oldukça değerlidir. Üretimin ilk serisinde, görselde *Post Paid* (posta ücreti ödenmiştir) yerine *Post Office* (postane) yazmaktaydı. Sonraki baskılarda ise ilgili ifade *Post Paid* olarak değiştirildi. Ancak pullardaki revizyonun hatalı basım olduğu algısı, pulların mali değerinde ekstra bir artışa yol açtı. Kraliyet Mücevherleri olarak bilinen bu pulların cari değeri ise yaklaşık 2 milyon sterlindir (Chaplin vd., 2004: 600-601). Milli Mücadele Döneminde harbi kaybeden Yunanlılar, geçtikleri yerleri yakarak Anadolu'yu öylece terk ettiler. Bu dönemde, sürşarjlanan ve Bozüyük'teki postaneye sevk edilen Amele Pasaport Pullarının önemli bir bölümü de çıkan yangınlarda tahrip oldu. Günümüze ulaşan 50'ye yakın örneğin üzerinde, Bozüyük veya İnönü damgası bulunmaktadır. Henüz pulların damgasız örneklerine rastlanmadı. Mevcut pullar ise yanmadan önce dağıtım çıkarılan ve tahminen 40-50 kadar zarfa yapıştırılan pullardan oluşmaktadır. Anadolu Postaları içerisindeki en değerli örnekleri oluşturan bu ender parçalar, günümüzde 75 bin TL'den alıcı bulunmaktadır (Dadyan, 2018: 178; Topaloğlu, 2010). Yaşanan bazı ilginçlikler de pul fiyatlarına yön verebilmektedir. 2014 yılında, koleksiyonerlerin pek de alışık olmadığı bir hadise yaşandı. Henüz, FİFA ile telif anlaşması imzalanmadan bir pul serisi bastırıldı ve tedavüle çıkartıldı. Durumun fark edilmesi üzerine satışlar durduruldu ve kalan pullar ivedilikle toplatıldı. Satış sonrası dolaşımda olan 4TL'lik serilerden her biri bir anda 250 dolardan alıcı buldu (Anfila.org, 2014). Kültür devrimi sırasında tedavüle çıkartılan bir pul serisinde, Çin haritası resmedildi. Görselde yer alan ve Çin'in 23. eyaleti olan Tayvan, farklı bir renge boyanarak bağımsız bir ülke gibi gösterilmeye çalışıldı. Durumun fark edilmesi üzerine satışlar durduruldu ve kalan pullar aynı gün ivedilikle toplatıldı. 2010 yılında Hong Kong'da düzenlenen bir

müzayedede erişilemeyen bu pullardan biri 475 bin dolara satıldı (Yardley, 2015: 80).



Görsel 65.Duloz basımı 20 para. **Görsel 66.** The British Guiana One Macenta. **Görsel 67.**The Treskilling Yellow.



Görsel 68. Inverted Jenny.

Görsel 69. Mauritius Post Office.

Görsel 70. Mao'nun Kültür Devrimi archive.

Kolayca yırtılabilen ve genellikle dayanıksız malzemelerden üretilen pulları muhafaza etmek güç ve sabır gerektirmektedir. Pulların kısa ve geçici ömürlü olmaları efemeral³ özelliğe sahip olmalarından ileri gelmektedir (İnceoğlu, 2019: 158). Isı, ışık, toz, nem, vb. fiziki değişkenler pulun kalitesini ve dayanıklılığını etkilemektedir. Zamanla pulların üzerinde sandık lekesi *tilki izi* olarak tabir edilen sararmalar oluşabilmektedir. Sararmaya maruz kalan pulun ivedilikle albümden uzaklaştırılması gerekmektedir. Zamklı yüzeyde oluşan deforme, parmak izi, incelme, kırılma ve sandık lekesi *tilki izi* değerli ve kaliteli bir pulu, damgalı bir puldan daha değersiz bir hale getirebilmektedir.

Pulların değerli hale gelmesinin temel ölçütü nadide bulunması ve zamana karşı gösterdiği dirençtir (Nilaiş, 2015: 36). Ekonomik potansiyel ihtiva eden pulların değerli olmasında sıralanan ölçütler şunlardır: (Johnson, 1980: 22-23; Nol, vd., 2001: 98; Roberts, 2007: 81-84)

- Çok düşük tirajda basılmalı ve nadir bulunmalıdır.
- Portföyde yer alan pullarda numara olmalıdır.
- Zamklı yüzey temiz ve hasarsız olmalıdır.
- Dış çerçevede bulunan danteller noksansız ve muntazam olmalıdır.
- Pulun yüzeyinde katlanma, incelme, aşınma, sararma, sandık lekesi ve toplu iğne izi olmamalıdır.
- Pullar, posta hizmetlerinde veya zarflarda kullanılmamalı ve damgasız olmalıdır.
- Küflenme ve küf kokusu olmamalıdır.
- Ayrıca hatalı basım bazen pullara astronomik değer yüklemektedir.

3 Kütüphane ve arşiv malzemesi olma özelliğini taşıyan kısa ömürlü, geçici eşyaları ifade etmektedir.

Pullarda değer tespiti genellikle uzman kişilerin yapmış olduğu numaralandırma ve tarihlendirme yöntemiyle yapılmaktadır. Bilinenin aksine, filatelide nadir rastlanan nesnelere yatırımcılardan çok özel koleksiyoncular ve sergiciler rağbet etmektedir. Çünkü ortalama bekleme süresi 24 yıla varan Labuan benzeri pullar, yatırım amaçlı düşünenler için hiç de cazip sayılmamakta, yatırımlık tercihlerde daha çok kısa vadede kazanç sağlayacak nesnelere, ön plana çıkmaktadır (Herendeen ve While, 2013: 93). Diğer koleksiyonlarda olduğu gibi pul nesnelere de finansal piyasalardaki çalkantılı dönemlerde, nispeten güvenli bir yatırım limanı olarak görülebilmektedir. Enflasyona karşı oldukça dirençli olan bu nesnelere, fiyat hareketliliği durumunda diğer yatırım araçlarına nazaran daha iyi bir koruma sağlamaktadır (Dimson ve Spaenjers, 2011: 445).

Ekonomik değer taşıyan pulların uygun koşullarda saklanması ve orijinalliğini muhafaza edecek biçimde korunabilmesi için alınması gereken tedbirler şu şekilde sıralanabilir; (Johnson, 1980: 27-29; Roberts, 2007: 84)

- Pullar yüksek koruma sağlayan albümlerde, cam veya nane sayfalı dosyalarda muhafaza edilmelidir.
- Pul albümünü dik konumda tutulmalıdır.
- Yılın belirli dönemlerinde pulların yerleri değiştirilmeli ve hava sirkülasyonu sağlanmalıdır.
- Pulların arasına belirli mesafede boşluk bırakılmalıdır.
- Pullara dokunulmamalı tüm işlemlerde pul maşası kullanılmalıdır.
- Üzerinde damga veya sandık lekesi bulunan pullar, kesinlikle farklı bir albüme taşınmalıdır.
- Pullar havid denilen, neme dirençli veya şeffaf selofan zarflarda saklanmalıdır.
- Pullar %65'den daha az bağıl nem içeren bir ortamda, 18 °C'nin altında muhafaza edilmelidir.

Pulları muhafaza etmek zor bir iştir. Pulların öncelikle nemden ve fazla ışıktan korunması gerekmektedir. Efemeral özelliğe sahip olan pul nev'i değerli kâğıtlar, sandık lekesi *tilki izi* gibi minik sararmalar karşısında direnç zafiyeti göstermekte ve temel özelliklerini yitirebilmektedir. %100 koruma sağlayamayan olası tedbirler, pul nev'i materyallerin çok daha uzun süreler dayanabilmesine olanak tanımaktadır.

3. LİTERATÜR TARAMASI

Türkiye'de pul ve filateli konularında yapılmış oldukça sınırlı sayıda çalışma mevcuttur. Yapılan çalışmalarda daha çok, pulun işlevsel yönü ön plana çıkmaktadır. Tanıtım, bilgilendirme, turizm, ideolojik söylem, propaganda, toplumsal değişim, kadın figürleri, milli kimlik, kültürel oluşum ve sanatsal iz düşünüm gibi konuların yer aldığı anlatımlar, neredeyse literatürün bütünü oluşturmaktadır. Pulları iktisadi bir olgu olarak ele alan ve sektör içerisinde çok yönlü değerlendiren yaklaşımları sadece batı literatüründe izlemektediriz.

Gelber (1992) çalışmasında ilk başlarda kadın ve çocuklarda ilgi uyandıran ve hobi amacıyla geliştirilen pul biriktirme merakının, erkekler tarafından keşfedilmesiyle yeni yüzyılın başından itibaren pul piyasasının oluştuğuna değinmiştir. Pul koleksiyonculuğunun yoğun bir piyasa temelli alt kültür oluşturduğuna dikkat çeken Gelber profesyonel bayilerin belirli bir iş piyasası oluşturarak süreli yayınlar ve kataloglar çıkmaya başladıklarını belirtmiştir.

Takezawa (2009) çalışmasında pul getirileri ile hisse senetleri arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Pulların enflasyon karşısında daha dirençli olduğunu bazen de beklenmedik etkiler sergilediğine değinmiştir. 1900 yılı itibarıyla pul fiyat endeksinin yıllık nominal % 7,0'lik bir getirisinin olduğuna değinen Takezawa bazı dönemlerde ise oldukça yüksek getiri elde edildiğine vurgu yapmıştır. Gerçek pul iadesi serisi problemi çözdükten sonra, bu getiri oynaklığının tahvillere göre çok daha yüksek ve hisse senetlerine daha yakın olacağı sonucuna varılmıştır.

Satchell ve Auld (2009) çalışmasında 1900'lerin başlarından itibaren pul koleksiyonculuğunun gittikçe önem kazandığını 1960'lı ve 1970'li dönemlerde ise zirveye ulaştığını belirtmiştir. Ayrıca 1966 yılının Ağustos ayında bastırılan yeni ve nispeten sınırlı bir pul için Londra'da ayaklanmaların çıktığına değinilmiştir.

Dimson ve Spaenjers (2011) çalışmasında hazine bonosu, devlet tahvili, hisse senedi ve pulları karşılaştırmıştır.

127 İngiliz pulu üzerinde yaptığı araştırmada, nominal fiyatla başlayan ve zamanla fiyattaki artış eğilimi devam eden pulların birkaç yıl gibi bir sürede en azından nominal değeri nispetinde katlandığını belgelemiştir. Hatta 1970'lerde, pul fiyatlarında üç kattan daha fazla bir reel artış gözlenmiştir. Sonraki dönemlerde de büyük artışlar tekrar etmiştir. Diğer tüm varlık kategorilerinden daha iyi performans sağlayan pulların sadece hisse senedinden daha aşağı bir getiri sağladığı yargısına varılmıştır.

Wynne Michael (2019) çalışmasında dolaylı olarak pullara değinmiştir. Kıyıya yakın oturan, tarım ve çiftçilikle geçinen köylülerin, denizden topladıkları yosunları, makro algler deniz yosunları üzerinedir görüşüyle, toprağı zenginleştirmede kullandıklarını ve rekolte artışı sağladıklarını pullar üzerinden anlatmışlardır.

4. BULGULAR

Popüler hobilerden olan profesyonel pul koleksiyonculuğu, pahalı bir uğraş olmanın yanı sıra dünya genelinde 350 milyondan fazla insanın ilgisini celp eden yeni bir trend konumundadır. Filateliye ve pul emisyon programına ait temel bilgiler aşağıda yer alan tablo 1. ve tablo 2.'de özetlenmiştir.

Tablo 1. Ülkelere Ait Filateli İstatistiği (2020 Yılı Verilerine Göre Hazırlanmıştır)

Ülkeler	Nüfusu (milyon)	Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması	Filateli Dernek ve Kulüp Sayısı	Filatelist Sayısı	Mezat Sayısı (Aylık)
A.B.D	331.002.651	1.	70	1,45 Milyon	45
Almanya	83.149.300	4.	120	3,5 Milyon	50
Avusturya	24.140.800	15.	51	1,2 Milyon	40
Çin	1.436.962.790	3.	137	30 Milyon	60
İngiltere	67.801.712	5.	207	20 Milyon	105
İsviçre	8.627.126	13.	136	670 Bin	54
Japonya	126.476.591	7.	270	30 Milyon	80
Türkiye	83.154.997	16.	13	20 Bin	4
Yeni Zelanda	4.951.500	14.	192	450 Bin	66

Kaynak: Yazar tarafından ilgili literatürden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelere ait istatistik veriler üzerinden yapılan değerlendirmeye göre; nüfusun tek başına ölçüt alınamayacağı, nüfus ile birlikte ekonomik gelişmişlik düzeyinin de koleksiyoncu sayısına etki ettiği çıkarımında bulunulmuştur. Ayrıca, sosyoekonomik yapıyla direkt ilintili olan koleksiyonculuğun, daha çok ekonomik kaygı düzeyi düşük olan toplumlarda yaygın olduğu bu nedenle, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde filateli konusunda kayda değer bir ilerleme katedilemediği yargısı gelişmiştir. Filatelinin daha çok refah seviyesi yüksek olan ülkelerde, ilgi odağı olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 2. Türkiye'nin Son 6 Yıla Ait Pul Emisyon Programı ve Tirajı

Yıllar	Emisyon Sayısı	Anma Pul Serisi	Sürekli Pul Serisi	Resmi Pul Serisi
2015	33	4.255.000	28.710.000	46.400.000
2016	32	3.657.000	60.000.000	72.000.000
2017	29	3.400.000	34.000.000	48.000.000
2018	32	3.400.000	20.150.000	42.000.000
2019	33	4.050.000	43.300.000	27.800.000
2020	22	2.600.000	27.000.000	25.000.000

Kaynak: PTT Genel Müdürlüğü'nün internet sitesinde yer alan *Posta* başlığındaki *Pul ve Filateli* alt sekmesinin *Emisyon Programı* verilerinden faydalanılarak hazırlanmıştır.

Tablo 2. üzerinden yapılan çıkarımda; sürekli serilerde ve resmi pullarda tirajın oldukça yüksek olduğu,

anma serisinde ise beklenen seviyenin nispeten yakalandığı anlaşılmaktadır. Emisyon sayısındaki fazlalık ve seri çeşitliliği, filateli ve koleksiyonculukla meşgul olan camianın yakındıkları temel konular arasında yer almakta ve Türkiye'deki toplayıcılık faaliyetlerini olumsuz yönde etkilemektedir.

5. TARTIŞMA

Profesyonel pul koleksiyonculuğu, yüksek maliyet gerektiren lüks bir tüketim biçimidir. Bu nedenle, pul piyasasının bir diğer belirleyicileri varlıklı bireylerdir. Genel beklenti, varlıklı bireylerin servetlerindeki değişikliklerle piyasayı yönlendirmeleri ve piyasanın hayat bulmasıdır. Pul koleksiyonculuğu neredeyse rakipsiz bir yatırım aracıdır. Penny değerinde olan bir nesne on yıl sonra pound olarak fiyatlandırılabilir (Dimson ve Spaenjers, 2011: 245; Johnson, 1980: 16). Bazı şirketler ana faaliyet alanlarının yanında koleksiyon ürünleriyle de meşgul olmaktadır. Günümüzde, antika grubuna dâhil olan metalleri, belirli bireylerin veya şirketlerin yatırım amaçlı, satın aldığı bilinmektedir. Her yaş grubundan birçok bireyin ilgi gösterdiği müzayedelerde, meraklı bakışların arkasında çeşitli pullar, cari değerinin misliyle üzerinde alıcı bulunmaktadır. Uzun vadede yüksek getiri sağlayan pullar, dönem dönem ülkelerin de finansal gündemlerini meşgul etmektedir. Filatelistlerin eleştirdikleri konulardan biri de pullara yatırım yapanların, pullar hakkında herhangi bir bilgiye sahip olmamaları ve pulları sadece ticari bir meta olarak algılamalarıdır.

Para ve sermaye piyasalarında döviz, altın, hisse senedi ve tahvil gibi klasik yatırım araçlarına alternatifler oluşturulmuştur. Kısa veya uzun vadeli yatırımlarda gümüş, platin ve demir gibi değerli madenler tercih edilirken alternatif pazarlarda otomobil, tablo, halı, şarap ve pul gibi metaller tercih edilmektedir.

Pulların parasal değerini tespit etme aşamasında genellikle nesnenin; basılan ilk örneği oluşturması, tarihi bir sürece tanıklık yapması, az sayıda basılması, hatalı basım, nadir bulunması ve belirli gerekçelerle toplatılması gibi değişkenler etkili olmaktadır. Osmanlı dönemine ait Ay Yıldızlı Pullar, Amele Pasaport Pulu, Duloz Takse. Cumhuriyet Dönemine ait Adana Hatırası Serisi, Türkiye Büyük Millet Meclisi Serisi ve Cenova Takse gibi pullar, değerli koleksiyonlar arasında yer almaktadır. Dolayısıyla sadece pahalı ve ender bulunan filateli ürünlerini değerli kabul etmek, tahmin edilemeyecek düzeyde bir yanılma oluşturmaktadır. Kısa süre önce basılan bir pul, bir müddet sonra cari fiyatının çok üzerinde bir fiyatla pazarda alıcı bulabilmektedir. Efemeral nitelik ve posta hizmetlerinde pul kullanımı, basılı olan yüzlerce nesnenin bir anda hızlı bir biçimde tükenme eğilimine girmesine neden olmaktadır. Doğal sürece tabii bir pul, ortalama 15 yıl kadar bir zamanda, nadir pul kategorisine girmeye aday konumdadır.

Çocukların pedagojik gelişimlerine olumlu etkileri olduğu düşünülen pul hobisinin dikkat dağınıklığı, hırçınlık, öğrenme ve odaklanma güçlüğü gibi birçok semptomu ortadan kaldırdığı ve terapi etkisiyle zihni dinlendirdiği kanısı hakimdir. Pul hobisi çocuğa, eğitsel yetkinlik becerisi kazandırmanın yanı sıra, geleceğini teminat altına alan bir yatırım aracı olarak da düşünülebilir. Pul biriktirme alışkanlığı kazanan bir çocuk 15-20 yıllık bir süreçte, birçok ihtiyacını tedarik edecek parasal bir servete de dolaylı yoldan sahip olmuş olur.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dijitalleşmeyle birlikte posta alanında yapısal dönüşümler gerçekleşmiştir. PTT AŞ. 25 Ağustos 2011 tarih ve 28036 sayılı yazı gereği Kayıtlı Elektronik Posta *KEP* uygulamasına geçmiş ve bu sayede, elektronik ortamda karşılığı olan yazışmalara hukuki geçerlilik kazandırılmıştır. Bunun yanı sıra PTT merkezlerinde kullanılan ücret alma makineleri ve tüzel kişilerce kullanılan ücret ödeme makineleri de posta sektöründeki iş ve işlemleri hızlandırmıştır. Posta hizmetlerinde pul kullanımını önemi oranda sınırlandıran mevcut uygulamalar, pulları koleksiyon nesnesi boyutuna indirgemekte ve ilerleyen zamanlarda pulların rafa kaldırılma ihtimalini güçlendirmektedir. Konu hakkında farklı görüşler sunan filatelistler; genel olarak teknolojiye yaşanan ilerlemeyi olumlu değerlendirmektedir. Standart formlardan bağımsız oluşturulan tasarım örnekleri, mevcut toplayıcıların yanı sıra sosyal medya araçlarını kullanan hedef kitleler üzerinde de olumlu etkiler uyandırmaktadır. Pozitif yönlü gelişmeler, yakın zamanda, dikey yönlü bir sektörel büyüme trendinin yakalanmasına da olanak tanımıştır. Son çeyrekte pullarla ilgili yapılmış olan tasarım örnekleri, aslında ortaya atılan tezi doğrular niteliktedir. Farklı üretim teknolojileriyle oluşturulan tasarım çalışmaları, filateli nesnelere fiziki direncini arttırmakta ve ekonomiyeye önemli düzeyde katkı sağlamaktadır.

Alanında uzmanlaşmış koleksiyonerler ve bağımsız pul değerlendirme uzmanları, pulların mali değerlerini tespit eden önemli mercilerdir. Bunun dışında basılı referanslar, ansiklopediler ve damga katalogları da bazen alternatif olarak düşünülebilir. Bir pulun nihai değerini anlamanın başka bir yöntemi ise açık artırmada verilen en yüksek teklife göre fiyatlamada bulunmaktır. Teknik bilginin yanı sıra arz talep dengesini de baz alan bu yaklaşım, standart bir pulun cari değerini belirlemede kullanılan kadim bir yöntemdir. Bireyde psikolojik haz uyandıran biriktirme tutkusunu sayesinde, ortalama bir pul nesnesi kısa bir süre sonra yatırım aracı olarak düşünülebilmektedir. Mali nitelikli bir pul nesnesinin, yatırım aracına dönüştürülebilmesi için teknik ve hukuki bir takım düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır. Bunlar;

- Pullar ve koleksiyon ürünleri için yasal düzenlemeye gidilebilir. Kapsam belirlenebilir, basım tiraj ve sahtecilik gibi konular yasal zemine oturtulabilir.
- Koleksiyon kapsamına tabii nesnelere için taban fiyat belirlenebilir.
- Taban fiyatın üzerindeki pullar sertifikalandırılabilir.
- Pul değerlendirme uzmanlığı oluşturulabilir.
- Makul ücret karşılığında koleksiyonerlerin birikimleri, tescillendirilerek fiyatlandırılabilir.
- Yıllık plan dâhilinde müzayede yeri ve tarihi açıklanabilir.
- Pullardaki emisyon sayısı azaltılarak tiraj düşürülebilir.
- Filateli dersleri Milli Eğitim Bakanlığı'nın müfredatına, seçmeli ders olarak eklenebilir.
- Çocukların ilgisini çekecek konularda pul bastırılabilir ve filateli özendirilebilir.
- Ekonomiye katma değer oluşturacak değerli eserler gizlilik ilkesiyle kayıt altına alınabilir, bu nesnelere takip edilerek korunabilir.
- Sertifikalandırılan pulların satışı Emniyet, Maliye, Müze ve PTT Müdürlüklerinin iş birliğiyle oluşturulan komisyonun onayına tabii olabilir ve ilgili kurumlara satıştan pay verilebilir.
- Sertifikalı pul satışından vergi alınabilir ve bu nesnelere miras olarak bırakılabilir.

Yukarıda, farklı boyutlarıyla ele alınan pul olgusunun, ekonomiye katma değer sağlayacak uygulamalarının olduğu görülmüştür. Filateli eksensiz ürün ve hizmetleri uzun dönemli yatırım aracına dönüştürecek dünya standartlarına uygun mevzuat hazırlanmalı ve uygulamaya konulmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akan, M., ve Kuran, T. (2019). *Türkiye’de Postanın Mikrotarihi 1920-1950*, (Cilt 1), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Akoba, M. M. (1963). *Türkiye’de Pul ve Pulculuk*, Ceylan Yayınları, İstanbul.
- Akyıldız, A. (2003). *Para Pul Oldu: Osmanlı’da Kâğıt Para, Maliye ve Toplum*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Alp, Ö. (2019). “Osmanlı Maliyesinde Varidatın Tahsil Yöntemi Olarak Fiskâl Pullar(1830-1873 Matbu Fiskâller)”, *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 4/2, 93-105.
- Amick, G. (1987). *The Inverted Jenny: Money, Mystery, Mania*, Scott Publishing Company, Sidney.
- Anameriç, H. (2018). “Filatelik Materyalin Nitelenmesi”, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 58/1, 595-622. doi : 10.1501/Dtcfder_0000001605.
- Anfila, (2014). PTT 2014 dünya kupası pulları ve dolaşımdan kaldırılan pullar. (09.07.2020). <http://www.anfila.org/?Syf=26&Syz=371627&/PTT-2014-D%C3%9CNYA-KUPASI-PULLARI-VE-DOLA%C5%9EIMDAN-KALDIRILAN-PULLAR->
- Arı, K. (2013). “İkinci Dünya Savaşı Sonrasında Türkiye’nin PTT Alanında Yatırımları”, *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 8/27, 167-184.

- Armenpress, (2019). "Vatican Issues New Stamp Dedicated to Pope Francis", *Visit to Armenia*, 26 Haziran.
- Ataman, A. D. (2010). "Filatelide Kardiyotonikler", *Osmanlı Bilimi Araştırmaları*, 12/1, 55-60.
- Aydoğdu, E., ve Ataç, Y. (2011). "İmza Sahteciliğinin Türleri, Tespiti ve Önlenmesi", *Polis Bilimleri Dergisi*, 13/2, 49-71.
- Aydoğmuş, N. (2015). *Bir Görsel İletişim Aracı Olarak Posta Pulu Tasarımının Dünya'daki ve Türkiye'deki Tarihi Değişimi ve Grafik Tasarım Ürünü Olarak İncelenmesi*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Yaşar Üniversitesi.
- Bakmaz, H. (2016). *Sosyal Bilgiler Dersinde Para ve Pulların Kullanımının Öğrencilerin Akademik Başarısına Etkisi*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Adıyaman Üniversitesi.
- Begic, H. N., ve Çelebilik, G. (2015). "Kültürel Zenginliklerimizin Posta Pullarıyla Tanıtılmasına Dair Bir Çalışma; Pul Sanatçısı Pınar Olgaç'ın Türk Kadın Başlıkları", *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 7/12, 266-276.
- Bezirci, P. (2018). "Dünya Üniversite Kütüphanelerinde Mükemmellik Örnekleri ve Gelecek", *Yükseköğretim Dergisi*, 8/2, 234-246. doi:10.2399/yod.17.028.
- Brunn, S. D. (2017). "A Geopolitical and Geovisualization Challenge: Increasing The Awareness of Global Environmental Change Through Postage Stamp Issues", *Scientific Research Publishing Inc*, 8/3, 130-158. doi. org/10.4236/nr.2017.83010.
- Chaplin, T. D., Jurado-López, A., Clark, R. J., ve Beech, D. R. (2004). "Identification by Raman Microscopy of Pigments Onearly Postage Stamps: Distinction Between Original 1847 and 1858–1862, Forged and Reproduction Postage Stamps of Mauritius", *J Raman Spectrosc*, 35, 600-604. doi: 10.1002/jrs.1208.
- Çelik, İ. (2008). "Efsane Adam Ali Nusret Pulhan İçin Tarihe Bir Not", *Paylaşım Kartonsan A.Ş. Yaşam Kültürü Dergisi*, 32-37.
- Dadyan, S. (2018). *Babamın Pulları/My Father's Stamps "Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Pul Hikayeleri*, Siyah Kitap, İstanbul.
- Daldal, E. (Der.). (2020). *Posta Tarihi ve Organizasyonu*, Midas Ajans Ortaklığı, Ankara.
- Demir, T. (2005). "Osmanlı İmparatorluğunda Deniz Posta Taşımacılığı ve Vapur Kumpanyaları", *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, 17, 1-17.
- Dimson, E., ve Spaenjers, C. (2011). "Ex Post: The Investment Performance of Collectible Stamps", *Journal of Financial Economics*, 100/2, 443-458. https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2010.12.005.
- Duz, Z. N. (2021). "İran Slams Irak's KRG for Controversial Stamp", *aa.com.tr*, 10 Mart.
- Düzenli, Ş., ve Kavuran, T. (2004). "Görsel İletişim Aracı Olan Pul'un Tarihi Gelişimi ve Grafik Ürün Olarak Önemi", *Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28/2, 187-204.
- Elal, B. (2018). *1945-1961 Dönemi Posta Pullarında Propaganda ve Ulusal Kimlik: Değişimler Süreklilikler*. (Yayımlanmış Doktora Tezi), Maltepe Üniversitesi.
- Elhan, N. (2017). "İran'ın Uluslaşma Sürecinde Süreklilik ve Değişim: Banknoklar ve Posta Pulları Üzerinden Bir İnceleme", *Akademik Ortadoğu Dergisi*, 11/2, 86-97.
- Ertem, B. (2013). "İkinci Dünya Savaşı Sırasında Türkiye-Sovyetler Birliği İlişkileri Ve Türkiye'nin Amerika Birleşik Devletleri İle Yakınlaşmasına Etkileri", *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8/7, 157-183. doi:http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.5406.
- Feldman, D. (1996). *The Treskilling Yellow*. (12.07.2020). https://www.davidfeldman.com/wp-content/uploads/2014/01/31_4_96_NOV.pdf
- Ferreira, L. E. (2006). *A Certain Look at Philately*, Edições Húmus Lda, Clube Nacional de Filatelia, Portugal.
- Gasimova, S., ve Ahmadov, R. (2013). "Azerbaijan's First Postage Stamps", *İRS Cultural Heritage*, 8-11.
- Grijp, PVD. (2012). "The Paradox of the Philatelic Business: Turning a Private Collection into a Professional Trade", *Meterial Culture Review*, 76, 41-59.
- Güven Bezaz, Y. (2006). *Haberleşme ve Tarihçesi*, Türkiye Haber-İş Sendikası Yayınları, Ankara.
- Herendeen, D. L., ve While, G. C. (2013). "Statistical Estimates of Rare Stamp Populations", *Proceedings of the First International Symposium on Analytical Methods in Philatel*, 91-100.

- İmtiyazat-ı Ecnebiyenin (Kapitülasyon) İlgası Hakkında İrade-i Seniyye. (1914). *Düstur*, II. Tertip, Cilt 6, 1273.
- İnce, M. (2017). *Pulun İşlevleri ve Tasarımının İşleve Katkısının İncelenmesi*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Işık Üniversitesi.
- İnceoğlu, S. (2019). *Sosyal ve Kültürel Boyutuyla Efemera*. (Yayımlanmış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi.
- Johnson, S. C. (1980). *The Stamp Collector A Guide To The World's Postage Stamps*, Printed In Great Britain by Buder ve Tanner Front and London, London.
- Kazan, N. (2016). "Pul ve Pulculuk Filateli (Kişisel Pul)", *Göller Bölgesi Aylık Hakemli Ekonomi ve Kültür Dergisi Ayrıntı*, 4/45, 13-15.
- Keser, U. (2013). *Kızılay Belgeleri Işığında Kıbrıs Barış Harekatı 1974*, Türk Kızılayı Yayınları, Ankara.
- Kış, S. (2015). "Pul Para Oldu Osmanlı Devleti Hazinesine Kaynak Arayışında Antika Posta Pulları", *Electronic Turkish Studies*, 10/9, 321-340. doi: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.8421>.
- Lowe, R., ve Walske, C. (2001). *Jean De Sperati: Master Forger*, British Philatelic Association 1956, London.
- Morgan, H. (2015). *Blue Mauritius: The Hunt for the World's Most Valuable Stamps*, Atlantic Books, London.
- Nilaiş, N. (2015). "The Evaluation of Mass Customization's Key Benefits for Stamps", <https://ssrn.com/abstract=2704323>, 1-88. doi: 10.2139/ssrn.2704323.
- Nol, L., Henis, R., ve Kenneth, G. (2001). "Biological Factors of Foxing in Postage Stamp Paper (Reprinted)", *International Biodeterioration & Biodegradation*, 48/1-4, 98-104. [https://doi.org/10.1016/S0964-8305\(01\)00072-5](https://doi.org/10.1016/S0964-8305(01)00072-5).
- Ozeran, M. (2017). "Managing Metadata for Philatelic Materials", *Information Technology and Libraries*, 1-11. doi: 10.6017/ital.v36i3.10022.
- Roberts, P. (2007). "Philatelic Materials in Archival Collections: Their Appraisal, Preservation, and Description", *The American Archivist*, 70/1, 70-92. doi 10.17723/aarc.70.1.w3742751w5344275.
- Stoetzer, C. (1953). *Postage Stamps*, Public Affairs Press, Washington.
- Subaşı, B. M. (2019). *Müze Sergileme Tasarımında Bir Bütüncül Yöntem Olarak Hizmet Tasarımı PTT Pul Müzesi ve Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi Örneği*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi.
- Tamer, Ü. (2014). *Pullar Savaşı*, Can Sanat Yayınları Ltd. Şti, İstanbul.
- Tanyer, T. (Yay. Haz.). (2010). *Mekteplilerin İdman Bayramı ve Samsun Posta Tarihi*, Türkiye Barolar Birliği, Ankara.
- Tarlakazan, B. E. (2017). "Sanatçı ve Tablolar Konulu Cumhuriyet Dönemi Türk Posta Pulları", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 340-354.
- The Postal Museum. (2017). *First class learning at the Postal Museum, primary schools programme*, 1-28. (11.03.2020). <https://www.postalmuseum.org/wp-content/uploads/2017/08/The-Postal-Museum-Primary-School-Brochure-Autumn-2017.pdf>
- Toker, M. V. (2013). *Pul Tasarımındaki Algı*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Arel Üniversitesi.
- Topaloğlu, Ü. (Yönetmen). (2010). *Bir Filateli Öyküsü* [Belgesel Filmi]. İstanbul.
- Tuna, S. (2006). *Vygotsky ve Piaget'de Düşünme / Düşünce-Dil İlişkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Maltepe Üniversitesi.
- Umutoran, (2013). PTT'den hayrete sokan posta pulu. (09.05.2020). <https://umutoran.com/2013/01/30/pttden-hayrete-sokan-posta-pulu-sozcu/>
- Yardley, C. B. (2015). *The Representation of Science and Scientists on Postage Stamps*, ANU Press, Canberra.
- Yazıcı, K. (2010). "Sosyal Bilgilerde Eğitsel Bir Araç Olarak Posta Pullarının Kullanımı", *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 321-346.
- Yazıcı, K. (2016). "Yeni Türk Devletlerinin Posta Pullarında Türk Kimliği ve Kültürü", *Bilig Dergisi*, 77, 83-108.
- Yılmaz, M. (2019). "Erken Cumhuriyet Dönemi'ndeki Toplumsal Değişimi Posta Pulları Üzerinden Okumak", *Milli Folklor Dergisi*, 16/124, 230-245.

Yurtoğlu, N. (2015). “Haberleşme Sektörünün Önemli Bir Teşekkülü: Milli Mücadele Döneminden 1960 Yılına Türkiye’de Posta, Telgraf ve Telefon (PTT) Teşkilatı (1920-1960)”, *Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 31/92, 47-103.

GÖRSEL KAYNAKÇASI

- Görsel 1.** Yazıcı, K. (2010). *Sosyal Bilgilerde Eğitsel Bir Araç Olarak Posta Pullarının Kullanımı*, s. 323
- Görsel 2. ve 3.** Araştırmacının arşivinden taratılarak elde edilmiştir.
- Görsel 4.** İsfila, Türk Pulları ve Antiye Kataloğu, 2005, s.1
- Görsel 5.** Dadyan, S. (2018). *Babamın Pulları/My Father’s Stamps “Osmanlı’dan Cumhuriyet’e Pul Hikayeleri*, s.98
- Görsel 6.** İsfila, Türk Pulları Kataloğu, 2005, s.53
- Görsel 7. ve 8.** *Geçmişten Günümüze Posta.* (2007), PTT Genel Müdürlüğü, s.400-405.
- Görsel 9., 10., 11., 12., 13., 14. ve 15.** Araştırmacının arşivinden taratılarak elde edilmiştir.
- Görsel 16.** İsfila, Türk Pulları Kataloğu, 2018, s.208.
- Görsel 17., 18. ve 19.** Araştırmacının arşivinden taratılarak elde edilmiştir.
- Görsel 20.** *Geçmişten Günümüze Posta.* (2007), PTT Genel Müdürlüğü, s.404.
- Görsel 21.** Araştırmacının arşivinden taratılarak elde edilmiştir.
- Görsel 22.** Bakmaz, H. (2016). *Sosyal Bilgiler Dersinde Para ve Pulların Kullanımının Öğrencilerin Akademik Başarısına Etkisi*, s.122.
- Görsel 23. ve 24.** Araştırmacının arşivinden taratılarak elde edilmiştir.
- Görsel 25.** Aycil, S. (2021). *Posta Pulu Üretim Teknolojileri ve Sıra Dışı Pul Tasarımları*, s.715.
- Görsel 26.** Anameriç, H. (2018). Filatelik Materyalin Nitelenmesi, s.612.
- Görsel 27.** Araştırmacının arşivinden taratılarak elde edilmiştir.
- Görsel 28., 29. ve 30.** Aycil, S. (2021). *Posta Pulu Üretim Teknolojileri ve Sıra Dışı Pul Tasarımları*, s.721-724.
- Görsel 31.** <https://24carat.co.uk/frame.php?url=1975stampreplicastephensonslocomotiongold.php> Erişim tarihi: 06.07.2020
- Görsel 32.** Toker, M. V. (2013). Pul Tasarımındaki Algı, s.18.
- Görsel 33., 34., 35., 36., 37. ve 38.** Araştırmacının arşivinden taratılarak elde edilmiştir.
- Görsel 39.** İsfila, Türk Pulları Kataloğu, 2018, s.195.
- Görsel 40.** Güven Bezaz, Y. (2006). *Haberleşme ve Tarihçesi*, s.322.
- Görsel 41., 42., 43., 44. ve 45.** Araştırmacının arşivinden taratılarak elde edilmiştir.
- Görsel 46.** *Geçmişten Günümüze Posta.* (2007), PTT Genel Müdürlüğü, s.406.
- Görsel 47., 48., 49. ve 50.** Araştırmacının arşivinden taratılarak elde edilmiştir.
- Görsel 51.** *Geçmişten Günümüze Posta.* (2007), PTT Genel Müdürlüğü, s.405.
- Görsel 52., 53., 54., 55. ve 56.** Araştırmacının arşivinden taratılarak elde edilmiştir.
- Görsel 57.** Bakmaz, H. (2016). *Sosyal Bilgiler Dersinde Para ve Pulların Kullanımının Öğrencilerin Akademik Başarısına Etkisi*, s.116.
- Görsel 58., 59., 60., 61., 62. ve 63.** Araştırmacının arşivinden taratılarak elde edilmiştir.
- Görsel 64.** Anameriç, H. ve Rukancı, F. (2015). Türkiye’de ve Türki Cumhuriyetlerde Çocuk Edebiyatının Tanıtımında Filatelik Materyallerin Önemi, s.45.
- Görsel 65.** İsfila, Türk Pulları Kataloğu, 2005, s.13
- Görsel 66. ve 67.** Elal, B. (2018). 1945-1961 Dönemi Posta Pullarında Propaganda ve Ulusal Kimlik: Değişimler Süreklilikler, s.236-237
- Görsel 68.** <https://oldbid.com/news/coins-stamps/10-most-expensive-stamps-of-the-world-ever-sold-at-auctions> Erişim tarihi: 08.09.2020

Görsel 69. İnce, M. Pulun İşlevleri ve Tasarımın İşleve Katkısı, s.9

Görsel 70. Bakmaz, H. (2016). *Sosyal Bilgiler Dersinde Para ve Pulların Kullanımının Öğrencilerin Akademik Başarısına Etkisi*, s.97.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:22.11.2020 ✓Accepted/Kabul:20.05.2021

DOI:10.30794/pausbed.829630

Araştırma Makalesi/ Research Article

Ünal, S. (2021). "Makro Ekonomik Faktörler ile Borsa İstanbul Hisse Senedi Endekslerinin Getirileri Arasındaki İlişki" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 359-376.

MAKRO EKONOMİK FAKTÖRLER İLE BORSA İSTANBUL HİSSE SENEDİ ENDEKSLERİNİN GETİRİLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Serkan ÜNAL*

Öz

Bu çalışmada, makro ekonomik değişkenlerin Borsa İstanbul'da işlem gören hisse senedi getirileri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bağımlı değişkenler olarak XU100, XTUMY, XUMAL, XUHIZ ve XUSIN endeksleri; bağımsız değişkenler olarak ise para arzı, faiz oranları, enflasyon oranları, döviz kuru ve güven endeksleri kullanılmıştır. En küçük kareler yöntemi ile aylık ve üç aylık frekanslarda değişkenler arasındaki ilişkinin test edildiği çalışmanın veri seti 2010 ve 2020 yılları arasında kapsamaktadır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre (1) para arzı ile XTUMY (küçük şirketler) ve XUSIN (sınai sektörü) arasında pozitif ilişki bulunduğu, (2) faiz oranları ile XU100 (büyük şirketler) ve XUMAL (mali sektör) arasında negatif ilişki bulunduğu, (3) bileşik öncü endeks ile XU100, XTUMY ve XUMAL arasında pozitif ilişki bulunduğu ve (4) döviz kuru ile XUMAL, XU100 ve XUHIZ arasında negatif ilişki bulunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: BIST100, Makroekonomik Değişkenler, Borsa İstanbul, Hisse Senedi Getirileri, Para Arzı, Faiz Oranları, Güven Endeksleri, Döviz Kurları.

THE RELATIONSHIP BETWEEN MACRO ECONOMIC FACTORS AND RETURNS OF STOCK MARKET INDICES IN BORSA ISTANBUL

Abstract

In this study, the effect of macroeconomic variables on stock returns in Borsa İstanbul is examined. XU100, XTUMY, XUMAL, XUHIZ, and XUSIN stock market indices were used as dependent variables; and money supply, interest rates, inflation rates, exchange rate, and confidence indices are used as independent variables. The data set covers the years between 2010 and 2020. In the study in which the least-squares method was used, the relationship between variables was tested in monthly and quarterly periods. According to the findings obtained from the research, it has been determined that (1) there is a positive relationship between money supply and small-cap companies and manufacturing companies, (2) there is a negative relationship between interest rates and large-cap companies and financial companies, (3) there is a positive relationship between composite leading indicator and large companies, small companies and financial companies, and (4) there is a negative relationship between the exchange rate and large-cap companies, financial companies and service companies.

Keywords: BIST100, Macroeconomic Variables, Borsa İstanbul, Stock Returns, Money Supply, Interest Rates, Confidence Indices, Exchange Rates.

*Dr. Öğr. Üyesi, Ufuk Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, ANKARA.
e-posta: serkan.unal@ufuk.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0002-7060-979X>)

1. GİRİŞ

Literatürdeki birçok araştırmada yatırımcıların sahip oldukları bilgiyi kullanarak ilave getiri elde edemeyeceği sorgulanmıştır. Fama'nın (1970:383) öncülük ettiği etkin piyasalar hipotezine göre sermaye piyasalarındaki aktörler, mevcut bütün bilgilerden haberdardır ve buna göre varlık fiyatlamalarını etkin bir şekilde oluşturmaktadırlar. Bu hipoteze göre ne hisse senedi fiyatlarının geçmiş hareketleri ve hacimleri gibi göstergelerden faydalanan teknik analiz; ne şirketin yaptığı işe, sahip oldukları varlıklara ve kar potansiyeline odaklanan temel analiz; ne de sıkı haber takibi vasıtasıyla önceden aksiyon almanın, yatırımcılar açısından ilave bir getiri kaynağı olması söz konusu olmayacaktır. Etkin piyasalar hipotezine kapsamlı bir eleştiri getirmiş olan Markiel (2003:80), bütün yatırımcıların aynı rasyonel karar verme becerisine sahip olmadığını ve hisse senetleri piyasasının tamamen etkin ve kusursuz bir hızda çalışmayacağını vurgulamıştır. Ayrıca Markiel (2003:60), çalışmasında literatürde yer alan yüzlerce çalışmadan çıkan sonucu özetleyerek hisse senedi piyasasının ne bu makalelerin bir kısmında belirtildiği kadar etkin ne de diğer birtakım makalelerde belirtildiği kadar tahmin edilebilir olmadığı sonucunu çıkarmıştır.

Piyasa etkinliği literatürdeki önemli bir tartışma konusu olsa da piyasaların tam etkin olarak çalışmadığı da birçok farklı çalışmanın ortak sonucudur. Hisse senedi yatırımcıları için hisse senedi fiyatlarına etki eden faktörleri anlamak ve bu doğrultuda yatırım kararları vermek portföylerinin oynaklığını azaltabileceği gibi uzun vadeli getirilerini de artırabilir. Hisse senedi fiyatlarına etki eden unsurlar düşünüldüğünde, makro ekonomik değişkenler, önemli faktörler arasında sıralanabilir. Türkiye, gelişmekte olan bir ülke olarak faizler, enflasyon, döviz kurları gibi çeşitli faktörlerin hızla hareket edebildiği bir ülkedir. Bu nedenle makro ekonomik faktörlerin hisse senedi piyasasına etkisinin incelendiği bu çalışmada dinamik yapısı nedeniyle Türkiye örneğinden hareket edilmiş ve Borsa İstanbul'daki endeksleri kapsayan bir çalışma yapılmıştır.

Bu çalışmanın amacı, makro ekonomik göstergelerin hisse senedi fiyatlarına ne derecede etki ettiğini açıklayarak Borsa İstanbul'da yatırım yapan yatırımcıların yatırım kararları sırasında kullanabilecekleri bilgi sunmaktır. MKK verilerine göre, Borsa İstanbul'da 2020 yılının ilk on ayında yerli yatırımcı sayısı yaklaşık 700 bin adet artarak 1,9 milyona ulaşmıştır. Bu nedenle bu çalışmadan elde edilecek sonuçların birçok yatırımcıya fayda sağlayabileceği bu nedenle de önemli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmanın değişken seçiminde uluslararası literatürdeki konuyla ilgili önemli çalışmalar dikkate alınmıştır. Makro ekonomik değişkenlerin hisse senedi piyasalarına etkisini ilk dönemde incelemiş olan çalışmalardan Bodie (1976:459) ve Fama (1981:563) enflasyon ve para arzının hisse senedi fiyatlarını negatif yönde etkilediğini bildirmişlerdir. Lee (1992:1596) faiz oranlarını dahil ettiği denklemde enflasyon ile hisse senedi getirileri arasında negatif ama zayıf bir ilişki olduğunu belirtmiştir. Jansen ve Nahuis (2003:89) tüketici güven endeksi ile hisse senedi fiyatları arasında pozitif ilişki olduğunu tespit etmiştir. Kwon ve Shin (1999) üretim endeksi ve hisse senedi piyasalarının karşılıklı olarak birbirini etkilediğini tespit etmiştir.

Makro ekonomik değişkenlerin hisse senedi piyasası üstündeki etkilerini araştıran ve Borsa İstanbul'u konu alan çalışmalarda çoğunlukla nedensellik analizi uygulanmıştır (Aktaş ve Akdağ, 2013; Kocabıyık ve Fattah, 2020; Poyraz ve Tepeli, 2015; Özer vd., 2011). En küçük kareler yöntemini kullanan çalışmaların ise yoğunlukla BIST100 endeksini analiz ettiği (Kaya vd., 2013; Özer vd., 2011) ya da nispeten dar bir makro ekonomik değişken setinden faydalandığı görülmektedir (Güngör ve Polat, 2020). Yatırımcıların karar alma süreçlerine katkı sağlamanın ön planda tutulduğu bu çalışmada değişkenlerin dönemsel yüzdesel değişimleri kullanılmış ve bütün değişkenlerin durağan olması nedeniyle yöntem olarak en küçük kareler tercih edilmiştir. Bu çalışmada literatüre katkı olarak (1) oldukça geniş bir makro ekonomik değişken seti kullanılmış, (2) farklı özellikteki şirketlerin ayrı ayrı ele alınabilmesi için büyük ve küçük ölçekli şirket ayrımı XU100 ve XTUMY endekslerinin dahil edilmesiyle; sektör ayrımı ise XUHIZ, XUMAL ve XUSIN endekslerinin dahil edilmesiyle sağlanmış; (3) 2018 yılında yaşanan kur şoku, Suriye savaşı, S400 ve Doğu Akdeniz'deki gerginlik gibi yoğun haber akışının ve hareketliliğin yaşandığı son dönem veri setine dahil edilmiş; (4) endeksler ve makro ekonomik değişkenler birebir eşleştirilerek karşılıklı etkileşimlerin sonuca yansımalarının önüne geçilmiş, bu sayede de okuyuculara daha rafine sonuçlar verilmeye çalışılmış; (5) yatırımcıların makro ekonomik değişkenlerdeki değişime bakarak yatırım yapmaları durumunda elde edebilecekleri sonuçlara ışık tutması amacıyla özel denklemler oluşturulmuş ve (6) oluşturulan denklemler yalnızca aylık frekansta değil çeyreklik frekansta da test edilmiş ve sonuçları paylaşılmıştır.

Çalışmanın devam eden ikinci bölümünde literatürdeki çalışmalar, üçüncü bölümde araştırma, dördüncü bölümde bulgular ve beşinci bölümde ise sonuçlar sunulmuştur.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Öndeş ve Levet (2020) Borsa İstanbul'da işlem gören banka hisselerini ele aldıkları çalışmalarında finansal risk oranı, politik risk oranı, enflasyon, faiz ve döviz kurunun hisse senedi getirileri üzerindeki etkisini, 2008 ve 2018 yılları arasındaki veriyi kullanarak incelemişlerdir. Havuzlanmış modelle panel veri seti analizinin yapıldığı araştırma sonuçlarına göre döviz kuru ve politik risk ile banka hisselerinin getirileri arasında pozitif bir ilişki olduğu, aylık vadeli mevduat faizleriyle banka hisselerinin getirileri arasında ise negatif ilişki olduğu saptanmıştır.

Kocabıyık ve Fattah (2020) ABD ve Türkiye'de makro ekonomik faktörlerin hisse senedi piyasaları üzerindeki etkisini araştırmışlardır. BIST100 ve S&P500 endekslerinin ele alındığı çalışmada 2010 ve 2019 yılları arasındaki veri kullanılarak; para arzı, döviz kuru, TÜFE, ihracatın ithalatı karşılama oranı, sanayi üretim endeksi, petrol fiyatları, altın fiyatları ile borsa endeksleri arasındaki nedensellik araştırılmıştır. Toda-Yamamoto nedensellik analizinin yapıldığı araştırma bulgularına göre BIST100 ile para arzı ve döviz kuru arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi; TÜFE'den BIST100'e, BIST100'den ise ihracatın ithalatı karşılama oranı ve faiz oranına ise tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Güngör ve Polat (2020) 2004 ve 2017 yılları arasında geleneksel yatırım araçlarının Borsa İstanbul'da hisse senedi getirilerine etkilerini inceledikleri çalışmada bağımsız değişkenler olarak döviz kuru, altın ve faiz oranını kullanmışlardır. Aylık veri ile en küçük kareler yönteminin uygulandığı çalışmada ABD doları ve faiz oranlarının BIST100 endeksi ile istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü ilişkiye sahip olduğu bulunmuştur. Altın ile BIST100 arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı değildir. BIST hizmet sektörü ve BIST mali sektör endeksleri için de aynı sonuçlar geçerlidir.

Ünal (2020) para ve maliye politikalarının Borsa İstanbul'daki hisse senedi getirileri üzerindeki etkisini analiz ettiği çalışmasında 2006 ve 2019 yılları arasındaki veriden faydalanmıştır. Çalışmada ARDL sınır testi ve hata düzeltme modeli uygulanmış, değişkenler olarak ise BIST100 endeksi getirisi, M3 para arzı ve faiz dışı bütçe dengesi kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre bütçe açıklarının ve M3 para arzındaki genişlemenin hisse senedi fiyatlarına pozitif yönde etki ettiği görülmüştür.

Alam (2017) Hindistan'daki hisse senedi piyasalarını incelediği çalışmasında, 2005 ve 2013 yılları arasındaki aylık frekanstaki veriyi kullanarak, enflasyon, kısa vadeli faiz oranı, uzun vadeli faiz oranı, sanayi üretim endeksi, döviz kuru ve para arzı ile hisse senedi endeksleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Johansen eş bütünleşme testi, en küçük kareler ve GARCH modellerinin kullanıldığı çalışmada makro ekonomik değişkenler ile borsa endeksleri arasında uzun dönemli ilişki olduğu saptanmıştır.

Poyraz ve Tepeli (2015) yaptıkları çalışmada 1995 ve 2011 yılları arasındaki veriyi kullanarak enflasyon, altın fiyatları, para arzı, döviz sepeti, faiz oranları ve sanayi üretim endeksi ile BIST100 endeksi arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Aylık frekansta verinin kullanıldığı çalışmada Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre faiz oranları, döviz kuru, para arzı ve sanayi üretim endeksi ile BIST100 endeksi arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Enflasyon ile BIST100 arasında ise herhangi bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Sevinç (2014) BIST30 endeksinde işlem gören 21 hisseye ait getirileri bağımlı değişken olarak belirlediği çalışmasında makro ekonomik değişkenler olarak BIST100 endeksi, M2 para arzı, cari işlemler dengesi, döviz kurları, enflasyon oranı, faiz oranı, altın fiyatı, sanayi üretim endeksi ve kapasite kullanım oranlarını kullanmıştır. Arbitraj fiyatlama modelinin uygulandığı çalışmada makro ekonomik değişkenler ile BIST30 endeksi arasında ilişki olduğu ve BIST30 getirilerinin tahmin edilebileceği tespit edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, M2 para arzı, mevduat faizi ve altın fiyatları ile BIST30 endeksindeki şirketlerin getirileri arasında negatif, BIST100 endeksi, cari işlemler dengesi ve ihracatın ithalatı karşılama oranı ile hisse senedi getirileri arasında ise pozitif ilişki olduğu saptanmıştır.

Aktaş ve Akdağ (2013) makro ekonomik değişkenlerin BIST100 endeksi ile ilişkisini analiz ettikleri çalışmalarında bağımsız değişkenler olarak faiz oranı, TÜFE, döviz kurları, işsizlik oranı, sanayi üretim endeksi, kapasite kullanım

oranı, ihracat, altın fiyatı, tüketici güven endeksi ve petrol fiyatlarını kullanmışlardır. 2008 ve 2012 yılları arasındaki verinin kullanıldığı araştırmada Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Araştırma bulgularına göre bütün makro ekonomik değişkenler ile BIST100 endeksi arasında nedensellik ilişkisi mevcuttur.

Kaya vd., (2013) BIST100 endeksi ile makro ekonomik göstergeler arasında etkileşimi analiz ettikleri çalışmalarında 2002 ve 2012 yılları arasındaki veriden faydalanmışlardır. Çoklu regresyon en küçük kareler yönteminin kullanıldığı çalışmada elde edilen bulgulara göre M2 para arzı ve BIST100 arasında pozitif yönlü, döviz kuru ile BIST100 arasında ise negatif yönlü ilişki mevcuttur.

Özer vd., (2011) Borsa İstanbul'da Ocak 1996 ve Aralık 2009 tarihleri arasındaki aylık frekanstaki veriyi kullanarak hisse senedi fiyatları ile makroekonomik faktörler arasındaki etkileşimi incelemişlerdir. En küçük kareler, Johansen eş bütünleşme, Granger nedensellik ve hata düzeltme modellerinin uygulandığı çalışma bulgularına göre hisse senedi getirileri ile faiz oranı, para arzı, dış ticaret dengesi, sanayi endeksi, TÜFE, altın ve döviz fiyatları arasında uzun dönemli ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Naik ve Padhi (2012) 1994 ve 2011 yılları arasında Hindistan hisse senedi piyasasını ele aldıkları çalışmalarında sanayi üretim endeksi, para arzı, faiz oranları, döviz kurları ve üretici fiyat endeksinin borsa endeksi üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Johansen eş bütünleşme testi ve vektör hata düzeltme modelinin uygulandığı çalışmada makro ekonomik değişkenler ile borsa endeksi arasında eş bütünleşme ilişkisinin bulunduğu tespit edilmiştir. Araştırmada döviz kuru ve faiz oranlarının hisse senedi fiyatlarında etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Borsa endeksinin, para arzı ve sanayi üretim endeksi ile pozitif, enflasyon ile ise negatif ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Samitas ve Kenourgios (2007) Polonya, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Macaristan, İngiltere, Fransa, İtalya ve Almanya'yı dahil ettikleri çalışmalarında Avrupa Birliği'ne yeni girmiş ülkelerin küresel finansal piyasalara ne ölçüde entegre olduklarını ve makro ekonomik faktörlerin tesirinde kalıp kalmadıklarını araştırmışlardır. Araştırmada Johansen eşbütünleşme testi ve hata düzeltme modeli uygulanmıştır. Araştırma bulgularına göre hisse senedi getirilerinde, yerel sanayi üretiminin yerel faiz oranlarından daha fazla etkin olduğu, diğer yandan bu ülke endeksleri üzerinde ABD'deki faiz oranlarının ise ABD'deki sanayi üretimine kıyasla daha baskın olduğu görülmüştür. Diğer yandan Avrupa Birliği'ne yeni katılmış olan bu ülkelerin Almanya'daki ekonomik gelişimden ABD'ye kıyasla daha fazla tesir altında kaldıkları görülmektedir.

Serfling ve Miljkovic (2011) 1959 ve 2009 yılları arasındaki aylık frekanstaki veriyi kullanarak S&P500 endeksi ile 10 yıllık hazine tahvillerinin faizi, para arzı, sanayi üretim endeksi ve TÜFE arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Vektör hata düzeltme modelinin kullanıldığı çalışmada ele alınan makro ekonomik değişkenler ile S&P500 endeksinin performansı arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Sohail ve Hussain (2009) Pakistan borsasında makro ekonomik değişkenlerin hisse senedi fiyatlarına etkisini incelediği çalışmada 2002 ve 2008 yılları arasındaki veriyi kullanmıştır. Vektör hata düzeltme modelinin kullanıldığı çalışmada uzun vadede tüketici fiyatlarının hisse senedi getirilerine negatif etki ettiğini; sanayi üretim endeksi, reel efektif döviz kuru ve para arzının ise hisse senedi getirilerini pozitif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir.

3. ARAŞTIRMA

3.1 Veri Seti

Araştırmanın veri seti Ocak 2010 ve Eylül 2020 arasındaki 10 yıllık dönemi kapsamaktadır. Veri aylık ve çeyreklik frekansta oluşturulan modeller ile incelenmiştir. Araştırmada kullanılan değişkenler Tablo 1'de belirtilmiştir. Bağımlı değişkenler olarak Borsa İstanbul'daki XU100, XTUMY, XUHIZ, XUMAL ve XUSIN endeksleri kullanılmıştır. XU100 endeksi Borsa İstanbul'daki halka açık piyasa değeri en yüksek olan 100 şirketi kapsamaktadır (Borsa İstanbul, 2020). XTUMY BIST100'e dahil olmayan ve Borsa İstanbul'da halka açık işlem gören diğer şirketleri, XUHIZ hizmet sektörü şirketlerini, XUMAL mali sektör şirketlerini, XUSIN ise Sınai sektöründe bulunan şirketleri içermektedir. XTUMY'nin analize dahil edilmesi ile diğer çalışmalara kıyasla küçük ölçekli şirketlerin de bu çalışmada analiz edilmesini sağlamıştır. Ayrıca diğer bağımlı değişken seçimleri ile temel sektör endeksleri bazında hisse senedi getirilerini analiz etmek mümkün olmuştur. Bağımsız değişken seçiminde literatürdeki çalışmalardan

faidalanılarak hisse senedi getirilerine etki etmesi düşünölen önemli değişkenler dahil edilmiştir. Para arzındaki artışın ekonomik aktiviteyi desteklemesi, sonuç olarak da şirketlerin faaliyetlerini ve karlılıklarını iyileştirmesi söz konusudur. Para arzının bir öncü indikatör olduğu ve para arzı verisindeki değişim dikkate alınarak piyasa getirisi üzerinde getiri elde edilip edilemeyeceği akademisyenler tarafından uzun süredir tartışılmaktadır (Rogalski ve Vinso, 1977; Suhaibu, Harvey ve Amidu, 2017). Bu nedenle geniş ve dar kapsamlı para arzı göstergeleri araştırmada M1, M2 ve M3 bağımsız değişkenleri ile temsil edilmiştir. Yatırımcılar açısından mevduat faizi ve borsa yatırımları, tasarruflarını kullanabilecekleri iki önemli alternatifini oluşturmaktadır. Faiz oranlarındaki artış yatırımcıların borsaya ilgisini azaltabilmekte ve bu iki değişken arasında negatif ilişki gözlemlenmektedir (Güngör ve Kaygın, 2015; Sentürk ve Dücan, 2014). Ticari kredi faizlerindeki artış (azalış) şirketlerin finansman maliyetlerinde artışa (azalışa) neden olmakta sonuç olarak da şirketlerin karlılıklarına birinci derece etki eden unsurlardan biri olarak ön plana çıkmaktadır. Ayrıca ticari kredi faizleri banka karlılıklarına da negatif yansımaktadır (Vodová, 2013). Geçmişte yapılmış araştırmalarda, faiz oranları serilerinin düzeyde durağan olmaması nedeniyle birinci farklarının alınarak çalışıldığı görölmektedir (Fattah ve Kocacıyık, 2020; Öndeş ve Levet 2020). Oysa faizlerin yapısı incelendiğinde yüksek faiz oranlarının hâkim olduğu dönemlerdeki değişimler ile düşük faiz oranlarının hâkim olduğu dönemlerdeki aynı miktardaki faiz değişimlerinin farklı etki doğurması söz konusudur. Örneğin faizlerin %5'ten %7'ye çıkması ile %22'den %24'e çıkması düşünöldüğünde birinci örnekteki değişikliğin piyasalar açısından görece daha etkili olacağı açıktır. Bu nedenle bu çalışmada faiz oranlarındaki oransal değişimin kullanılması tercih edilmiştir. Reel kesim güven endeksi, sanayi üretim endeksi ve bileşik öncü göstergelerin borsaya etkisini analiz etmiş olan çalışmalar bu değişkenler ile hisse senedi performansları arasında pozitif ilişki bulunduğunu bildirmektedir (Eyüboğlu ve Eyüboğlu, 2018a; Korkmaz ve Çevik, 2009; Usul, Küçüksille ve Karaoğlan, 2017). USDTRY kurundaki yükselme dış borcu olan şirketlerin borçlarının TL cinsinden değerini artıracaktır. Bu neden USDTRY kuru şirketlerin sermaye yapıları açısından önemli bir faktördür. Literatürdeki çalışmalara göre döviz kuru ile borsa arasında nedensellik ilişkisi mevcuttur (Öncü vd., 2015; Özer, Kaya ve Özer, 2011). Boyacıoğlu ve Çürük (2016) ise reel döviz kurunun borsa endeksinde pozitif olarak etkilediğini belirtmişlerdir. Enflasyon oranlarındaki artış uzun vadeli potansiyel ekonomik büyümeyi aşağı çeken bir sorun olarak ön plana çıkmaktadır. Bu durum hisse senetleri piyasasında negatif bir etki oluşturmaktadır (Bekaert ve Engstrom, 2010). Enflasyon oranları ile şirketlerin aktif karlılıkları arasında negatif ilişki söz konusudur (Coşkun ve Topaloğlu, 2016). Diğer yandan enflasyon oranı ile Borsa İstanbul sektör endeksleri arasındaki ilişkiyi incelemiş olan Eyüboğlu ve Eyüboğlu (2018b) bu değişkenler arasında negatif ilişki bulunduğunu bildirmişlerdir.

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Değişkenlerin Tanımları

Kısaltma	Değişken Türü	Açıklaması	Kaynağı
XU100	Bağımlı	Borsa İstanbul'da işlem gören halka açıklık kriterine göre en büyük 100 Şirketin bulunduğu endeksin yüzdesel değişimi	Borsa İstanbul
XTUMY	Bağımlı	Borsa İstanbul'da işlem gören BIST100'e girmeyen bütün şirketlerin bulunduğu endeksin yüzdesel değişimi	Borsa İstanbul
XUHIZ	Bağımlı	Borsa İstanbul'da işlem gören ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin bulunduğu endeksin yüzdesel değişimi	Borsa İstanbul
XUMAL	Bağımlı	Borsa İstanbul'da işlem gören ve mali sektörde faaliyet gösteren şirketlerin bulunduğu endeksin yüzdesel değişimi	Borsa İstanbul
XUSIN	Bağımlı	Borsa İstanbul'da işlem gören ve sınai sektörde faaliyet gösteren şirketlerin bulunduğu endeksin yüzdesel değişimi	Borsa İstanbul
M1	Bağımsız	Dolaşımdaki Paranın yüzdesel değişimi (İhraç Edilen Banknot ve Madeni Para – Banka Kasaları) - Vadesiz Mevduat (TL, YP)	TCMB
M2	Bağımsız	M1+ Vadeli Mevduat (TL, YP)'nin yüzdesel değişimi	TCMB
M3	Bağımsız	M2+ Repodan Sağlanan Fonlar, Para Piyasası Fonları, İhraç Edilen Menkul Kıymetler (2 yıla kadar vadeli)'nin yüzdesel değişimi	TCMB
AVF	Bağımsız	1 Aya Kadar Vadeli TRY üzerinden Açılan Mevduatların Faiz Oranının yüzdesel değişimi	TCMB
BKF	Bağımsız	TL Cinsinden Ticari Kredilerin yüzdesel değişimi	TCMB

BOE	Bağımsız	Birleşil Öncü Endeksinin yüzdesel değişimi	TCMB
RGE	Bağımsız	Reel Kesim Güven Endeksinin yüzdesel değişimi	TCMB
SUE	Bağımsız	Sanayi Üretim Endeksi'nin yüzdesel değişimi	TCMB
USD	Bağımsız	ABD Dolarının TL Cinsinden Alış Fiyatının yüzdesel değişimi	TCMB
TUFE	Bağımsız	Tüketici Fiyat Endeksi'nin yüzdesel değişimi	TÜİK
UFE	Bağımsız	Üretici Fiyat Endeksi'nin yüzdesel değişimi	TÜİK

Yüzdesel değişimler $\Delta Y_t = (Y_t - Y_{t-1}) / Y_{t-1}$ formülü ile hesaplanmıştır. ΔY_t yüzdesel değişim oranını, Y_t değişkenin ilgili dönemdeki değerini, Y_{t-1} değişkenin bir önceki dönemdeki değerini ifade etmektedir.

3.2 Metodoloji

Araştırma kapsamında aşağıda belirtilmiş olan sorulara yanıt aranmıştır.

Araştırma Sorusu 1: Araştırmada kullanılan makro ekonomik değişkenler ile Borsa İstanbul tarafından oluşturulmuş seçili endeksler arasında aylık ve çeyreklik frekansta ilişki bulunmakta mıdır?

Araştırma Sorusu 2: Makro ekonomik değişkenlerin aylık ve çeyreklik değişimleri ile Borsa İstanbul tarafından oluşturulmuş seçili endekslerin takip eden dönemdeki performansları arasında ilişki bulunmakta mıdır?

İlk olarak araştırmada kullanılan değişkenlere Genişletilmiş Dickey-Fuller birim kök testi uygulanmış ve durağan olup olmadıkları anlaşılmasına çalışılmıştır. Bütün değişkenlerin aynı seviyede durağan olduğu teyit edildikten sonra en küçük kareler yöntemi kullanılarak regresyon analizi yapılmıştır. Araştırma kapsamında belirlenmiş olan bağımsız değişkenlerin birbirini etkilemesi durumu söz konusudur. Örneğin M1, M2 ve M3 miktarları birbirine doğrudan bağlıdır. Ayrıca para arzı miktarı dolar kuruna, enflasyona ve sanayi üretim endeksi gibi değişkenlere de doğrudan etki etmektedir. Bütün bağımsız değişkenler arasında ilişkiler bulunduğu için öncelikle oluşturulan modellerde her bir bağımlı ve bağımsız değişken için ayrı ayrı modeller kurgulanmıştır. Daha sonrasında ise daha yüksek R² değerine ulaşılabilmesi için çoklu doğrusal bağlantı problemi oluşturmayacak şekilde en etkili bağımsız değişkenler seçilerek çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Son aşamada ise adimsal (stepwise) regresyon metodu kullanılarak en ideal bağımsız değişken seti oluşturulmuştur.

Araştırma sorusu 1'e cevap vermek için oluşturulan 1 numaralı denklem aşağıda verilmiştir. ENDEKS değişkeni XU100, XTUMY, XUHIZ, XUMAL ve XUSIN endekslerini temsil etmektedir. MEG ise Tablo 1'de belirtilmiş olan 11 farklı makro ekonomik değişkeni temsil etmektedir. N Borsa İstanbul endekslerini, t ilgili dönemi, k frekansın aylık ya da çeyreklik olduğunu ve i ise farklı makro ekonomik değişkenleri göstermektedir. Regresyon modelleri 5 farklı endeks, 11 farklı makro ekonomik göstere ve aylık ve çeyreklik olmak üzere iki farklı frekans için oluşturulmuştur. İlk olarak her bir bağımsız ve bağımlı değişken için ayrı ayrı modeller kurgulanmış daha sonrasında ise seçili bağımsız değişkenlerin bir arada test edildiği denklemler oluşturulmuştur.

$$\text{ENDEKS}_{ntk} = \alpha_{nik} + \beta_i \text{MEG}_{itk} + \epsilon_{nikt} \quad (1)$$

İkinci araştırma sorusuna yanıt bulmak için aylık (çeyreklik) frekansta makro ekonomik değişkenlere ait verinin takip eden aydaki (çeyrekteki) hisse performanslarına etkisi araştırılmıştır. Araştırma sorusu 2'ye cevap vermek için oluşturulan 2 numaralı denklem, öncelikle farklı bağımlı ve bağımsız değişkenler için ayrı ayrı test edilmiştir. Sonrasında ise seçili bağımsız değişkenlerin bir arada test edildiği çoklu regresyon analizleri yapılmıştır.

$$\text{ENDEKS}_{nt} = \alpha_{ni} + \beta_i \text{MEG}_{it-1} + \epsilon_{nit} \quad (2)$$

4. BULGULAR

Araştırmaya ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 2'de sunulmuştur. Araştırmanın kapsadığı dönemde bütün değişkenlerin görece yüksek standart sapma oranı ile hareketlilik gösterdiği görülmektedir. Para arzı ile ilgili değişkenler içinde M1'in M2 ve M3'e kıyasla, enflasyon değişkenleri için ise ÜFE'nin TÜFE'ye kıyasla daha oynak olduğu görülmektedir. Endeksler incelendiğinde ise XTUMY ve XUSIN'in oynaklık seviyesi daha yüksektir. Bağımlı ve bağımsız değişkenler olarak birbirine benzer fakat farklı derinliğe ve oynaklığa sahip değişkenlerin hem ayrı ayrı

hem de bir arada test edilmesinin, araştırma sonuçlarının kapsamını genişlettiği ve mukayese imkânı tanıyarak verimi artırdığı düşünülmektedir.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler

	Ortalama	Medyan	Maksimum	Minimum	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık	Olasılık	Gözlem
M1	0.016	0.015	0.176	-0.064	0.036	0.850	6.213	0.000	128
M2	0.010	0.010	0.057	-0.012	0.012	0.847	5.337	0.000	128
M3	0.010	0.010	0.058	-0.013	0.011	0.943	5.776	0.000	128
AVF	-0.003	0.000	0.303	-0.144	0.113	-5.108	49.782	0.000	128
BKF	0.007	0.004	0.249	-0.169	0.072	0.724	4.923	0.000	128
BOE	-0.004	0.005	0.059	-0.090	0.090	-10.868	121.32	0.000	128
RGE	0.002	0.003	0.222	-0.368	0.051	-2.059	27.199	0.000	128
SUE	0.005	0.006	0.356	-0.314	0.144	-2.616	20.264	0.000	128
TUFE	0.008	0.007	0.063	-0.014	0.009	1.606	10.853	0.000	128
UFE	0.009	0.007	0.109	-0.025	0.015	2.627	17.536	0.000	128
USD	0.014	0.013	0.207	-0.083	0.036	1.205	8.731	0.000	128
XTUMY	0.018	0.018	0.272	-0.169	0.066	0.288	4.713	0.000	128
XU100	0.008	0.007	0.142	-0.154	0.066	-0.059	2.408	0.000	128
XUHIZ	0.010	0.010	0.147	-0.131	0.060	-0.158	2.405	0.000	128
XUMAL	0.006	0.005	0.173	-0.167	0.077	0.055	2.336	0.000	128
XUSIN	0.014	0.016	0.200	-0.189	0.062	-0.241	3.632	0.000	128

Araştırmada kullanılan değişkenlere ait korelasyon matrisi Tablo 3’de sunulmuştur. Bazı değişkenler arasında yüksek korelasyon bulunsa da bunlar aynı grupları temsil eden değişkenlerdir ve bir arada aynı denklemde kullanılmamışlardır. Ayrıca oluşturulan denklemlerde VIF testi ile çoklu doğrusal bağlantı sorunu olmadığı teyit edilmiştir.

Tablo 3. Korelasyon Matrisi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
M1 (1)	1.00															
M2 (2)	0.76	1.00														
M3 (3)	0.76	0.98	1.00													
AVF (4)	-0.09	-0.21	-0.24	1.00												
BKF (5)	-0.16	-0.26	-0.29	0.77	1.00											
BOE (6)	-0.18	-0.19	-0.19	-0.08	-0.07	1.00										
RGE (7)	-0.18	-0.21	-0.22	-0.09	-0.09	0.86	1.00									
SUE (8)	0.10	0.24	0.23	0.08	-0.03	0.37	0.20	1.00								
TUFE (9)	-0.16	-0.19	-0.19	0.23	0.26	-0.09	-0.07	-0.04	1.00							
UFE (10)	-0.06	-0.19	-0.20	0.51	0.51	-0.12	-0.16	0.00	0.67	1.00						
USD (11)	0.14	-0.05	-0.04	0.41	0.39	-0.30	-0.37	-0.03	0.34	0.67	1.00					
XTUMY (12)	0.09	0.20	0.20	-0.26	-0.20	-0.02	0.00	0.01	0.01	-0.05	-0.19	1.00				
XU100 (13)	-0.06	0.06	0.06	-0.23	-0.15	0.06	0.02	0.05	0.02	-0.05	-0.27	0.77	1.00			
XUHIZ (14)	-0.05	0.10	0.10	-0.19	-0.14	0.06	0.00	0.11	0.04	-0.02	-0.26	0.74	0.89	1.00		
XUMAL (15)	-0.09	0.02	0.03	-0.23	-0.17	0.08	0.05	0.04	0.01	-0.10	-0.32	0.73	0.98	0.81	1.00	
XUSIN (16)	0.04	0.13	0.14	-0.21	-0.12	-0.02	-0.02	0.02	0.05	0.04	-0.12	0.85	0.91	0.81	0.83	1.00

Araştırmada kullanılan değişkenlere ait birim kök testi sonuçları Tablo 4’de sunulmuştur. Değişkenler yüzdesel değişimler hesaplanarak oluşturulduğu için beklenildiği üzere hepsinin istatistiksel olarak %1 anlam seviyesinde durağan olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Genişletilmiş Dickey-Fuller Birim Kök Test Sonuçları

Değişken	Sabit		Sabit ve Trend	
	t ist.	Olasılık	t ist.	Olasılık
AVF	-6.885	0.000	-7.251	0.000
BKF	-6.882	0.000	-7.062	0.000
BOE	-7.913	0.000	-8.013	0.000
M1	-8.846	0.000	-8.987	0.000
M2	-6.062	0.000	-6.248	0.000
M3	-6.840	0.000	-6.954	0.000
RGE	-4.051	0.003	-4.005	0.001
SUE	-3.658	0.007	-3.671	0.006
TUFE	0.000	0.000	-7.840	0.000
UFE	-7.508	0.000	-7.371	0.000
USD	-8.550	0.000	-8.821	0.000
XTUMY	-4.665	0.003	-5.642	0.000
XU100	-10.321	0.000	-10.555	0.000
XUHIZ	-7.533	0.000	-7.475	0.000
XUMAL	-7.987	0.000	-7.885	0.000
XUSIN	-7.879	0.000	-7.809	0.000

Aylık frekansta makro ekonomik faktörlerdeki değişimin borsa endekslerini ne ölçüde etkilediğinin tespit edilmesi için uygulanmış olan regresyon analizlerinin sonuçları Tablo 5’de özetlenmiştir. Panel A’da bütün bağımsız değişkenlere ait analizler ayrı ayrı yapılmış olup, Panel B’de seçili makro ekonomik değişkenler kullanılarak çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Panel B’deki değişkenlerin seçiminde Panel A’da elde edilen sonuçlar ve bağımsız değişkenlerin diğer bağımsız değişkenleri temsil gücü dikkate alınmıştır. Örneğin M2 değişkeninin kapsam olarak M1 ve M3’ün arasında olması, BKF ve TÜFE değişkenlerinin istatistiksel anlamlılık derecelerinin daha yüksek olması, BOE değişkeninin kapsam olarak diğer ilgili endekslere kıyasla daha kapsayıcı olması dikkate alınmıştır. Elde edilen bulgular M2 ve M3 değişkenlerinin yalnızca XTUMY ile ilişkili olduğunu göstermekte, USDTRY’nin ise XUSIN dışındaki bütün endeksler ile istatistiksel olarak %1 ve %5 anlam düzeylerinde ilişkiye sahip olduğu görülmektedir. R² değerleri incelendiğinde ise değişkenler arasındaki ilişkinin açıklama düzeyinin düşük olduğu görülmektedir. Para arzındaki artışın bütün endeksleri pozitif etkilemesi beklense de yalnızca XTUMY’de etkili olduğu görülmektedir. Bu durumun nedenlerinden biri, XTUMY’deki şirketlerin işlem gören hisse tutarlarının ve yabancı paylarının diğer şirketlere kıyasla daha düşük olması (İşyatırım, 2020) ile açıklanabilir. Kurumsal ve büyük ölçekli yatırımcıların piyasayı daha yakından takip etmesi ve öncü göstergeleri analiz etmeleri parasal genişlemeye karşı önceden pozisyon almış olmalarını sağlamış olabilir. Bankaların şirketlere uyguladığı kredi faizleri de yalnızca XTUMY endeksini negatif açıdan etkilemektedir. Burada da benzer bir durumdan bahsedilebilir. Teorik olarak faizlerdeki artış finansal borcu olan şirketlerin karlarını baskılamaktadır fakat bu durum büyük şirketlerde önceden fiyatlanmış olabilir. USDTRY kuru incelendiğinde ise bu değişkenin XUSIN dışındaki bütün endeksler ile negatif ilişkiye sahip olduğu görülmektedir. Özellikle ülkenin risk priminin arttığı dönemlerde USDTRY kurundaki artışla birlikte hisse senedi fiyat düşüşlerinin bir arada yaşanması doğal bir durumdur. Sınai endeksindeki bazı şirketlerin yurt dışına iş yapması, kazançlarının ağırlıklı döviz cinsinden, maliyetlerinin ise TL cinsinden olması bu şirketlerin yurtiçindeki gelişmelere tepki vermemesine yol açmış olabilir. Aylık frekansta hareketlerin sınırlı olması sonuçların etkin bir şekilde tespit edilmesini engellemiş olabilir. Bu yüzden bir sonraki regresyon analizinde 3 aylık frekans kullanılmıştır.

Tablo 5. Borsa Endeksleri ile Makro Ekonomik Faktörlerin Aylık Değişimleri Arasındaki İlişki

Panel A						
Değişken		XU100	XTUMY (XU100 Dışındaki Şirketler)	XUSIN (Sınai Sektör)	XUHIZ (Hizmet Sektörü)	XUMAL (Mali Sektör)
M1 Para Arzı	Beta	-0.105	0.169	0.077	-0.085	-0.185
	Olasılık	0.529	0.304	0.622	0.569	0.337
	R ²	-0.005	0.001	-0.006	-0.005	-0.001
M2 Para Arzı	Beta	0.347	1.148	0.700	0.544	0.169
	Olasılık	0.496	0.022	0.141	0.235	0.775
	R ²	-0.004	0.033	0.009	0.003	-0.007
M3 Para Arzı	Beta	0.376	1.165	0.742	0.558	0.181
	Olasılık	0.467	0.022	0.125	0.231	0.763
	R ²	-0.004	0.033	0.011	0.004	-0.007
BKF (Bankaların Ticari İşletmelere Uyguladığı Faiz)	Beta	-0.145	-0.179	-0.100	-0.122	-0.181
	Olasılık	0.076	0.028	0.191	0.098	0.057
	R ²	0.017	0.030	0.006	0.014	0.021
AVF (Aylık Vadeli Mevduat Faizi)	Beta	-0.060	-0.102	-0.072	-0.030	-0.080
	Olasılık	0.254	0.049	0.141	0.521	0.190
	R ²	0.002	0.023	0.009	-0.005	0.006
TUFEE	Beta	0.121	0.111	0.345	0.171	0.013
	Olasılık	0.846	0.858	0.554	0.762	0.986
	R ²	-0.008	-0.008	-0.005	-0.007	-0.008
UFE	Beta	-0.263	-0.185	0.151	-0.126	-0.517
	Olasılık	0.501	0.633	0.680	0.720	0.253
	R ²	-0.004	-0.006	-0.007	-0.007	0.003
RGE (Reel Kesim Güven Endeksi)	Beta	0.021	0.001	-0.030	-0.008	0.070
	Olasılık	0.859	0.990	0.783	0.938	0.606
	R ²	-0.008	-0.008	-0.007	-0.008	-0.006
SUE (Sanayi Üretim endeksi)	Beta	0.032	-0.002	0.007	0.057	0.026
	Olasılık	0.437	0.955	0.853	0.126	0.583
	R ²	-0.003	-0.008	-0.008	0.011	-0.006
BOE (Bileşik Öncü Gösterge)	Beta	0.042	-0.014	-0.004	0.056	0.038
	Olasılık	0.522	0.837	0.954	0.343	0.625
	R ²	-0.005	-0.008	-0.008	-0.001	-0.006
USD	Beta	-0.504	-0.350	-0.213	-0.443	-0.696
	Olasılık	0.002	0.030	0.164	0.002	0.000
	R ²	0.068	0.029	0.007	0.064	0.099
Panel B						
Değişken	XU100	XTUMY	XUSIN	XUHIZ	XUMAL	
M2	0.307 (0.580)	1.055** (2.005)	0.689 (1.352)	0.569 (1.196)	0.108 (0.179)	
BKF	-0.058 (-0.640)	-0.101 (-1.126)	-0.055 (-0.634)	-0.033 (-0.412)	-0.067 (-0.651)	
TUFEE	1.062 (1.607)	1.002 (1.527)	0.940 (1.479)	1.079* (1.819)	1.174 (1.552)	
BOE	-0.081 (-0.161)	-0.191 (-0.384)	-0.158 (-0.330)	0.013 (0.029)	-0.058 (-0.101)	
USD	-0.552*** (-2.948)	-0.368** (-1.979)	-0.260 (-1.446)	-0.494*** (-2.940)	-0.751*** (-3.503)	
R ²	0.060	0.064	0.012	0.065	0.089	

Not: Panel A’da bağımsız değişkenler tek tek test edilmiştir. Panel B’de ise çoklu değişkenli regresyon analizi yapılmıştır. Satırlarda belirtilmiş olan değişkenler bağımsız değişkenleri, kolonlarda belirtilmiş olan değişkenler ise bağımlı değişkenleri göstermektedir. Tablo beta katsayılarını sunmaktadır. Parantez içinde t istatistikleri verilmiştir. İstatistiksel olarak %10 düzeyinde, **%5 düzeyinde ve ***%1 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

3 aylık dönemlerde endeks performansları ile makro ekonomik değişkenler arasındaki ilişki Tablo 6’da sunulmuştur. Aylık frekansa kıyasla çok daha fazla sayıdaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı düzeyde olduğu ve yine bağımsız değişkenlerin açıklama gücünün daha yüksek olduğu görülmektedir. M2 ve M3 değişkenlerinin XTUMY ve XUSIN endekslerine pozitif yönde etki ettiği görülmektedir. Bankaların ticari işletmelere uyguladığı kredi faizindeki, aylık vadeli mevduat faizindeki ve USDTRY kurundaki değişimin; BIST100 endeksini ve mali endeksi negatif olarak etkilediği tespit edilmiştir. TL’nin reel değer kaybı sonucu risk priminin artması ve sonuç olarak şirketlerin finansman maliyetlerindeki artış, bankaların sahip olduğu riskleri artırmaktadır. Bu durum da bankaların ağırlıkta olduğu endekslerde sonuca yansımıştır. Reel kesim güven endeksinin XU100’e ve XTUMY’ye, bileşik öncü endeksin ise XU100’e, XTUMY’ye ve XUMAL’a pozitif etki ettiği görülmektedir. Panel B’de gösterilmiş olan çoklu regresyon analizlerinde ise genel olarak benzer ilişkilerin geçerli olduğu fakat bu kısımda oluşturulan denklemlerin açıklama gücünün daha yüksek olduğu görülmektedir. Panel A’dan farklı olarak TÜFE değişkeninin XTUMY ve XUSIN’e pozitif etki ettiği görülmektedir. 3 aylık frekansta yapılan analizde aylık frekansta yapılan analize kıyasla açıklama gücü yüksek ilişkiler tespit edilmiş ve istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 6. Borsa Endeksleri ile Makro Ekonomik Faktörlerin 3 Aylık Değişimleri Arasındaki İlişki

Panel A						
		XU100	XTUMY (XU100 Dışındaki Şirketler)	XUSIN (Sınai Sektör)	XUHIZ (Hizmet Sektörü)	XUMAL (Mali Sektör)
M1 Para Arzı	Beta	0.283	0.747	0.320	0.217	0.069
	Olasılık	0.347	0.054	0.322	0.499	0.840
	R ²	-0.002	0.067	0.000	-0.013	-0.024
M2 Para Arzı	Beta	1.271	3.030	1.743	1.591	1.227
	Olasılık	0.165	0.005	0.056	0.080	0.210
	R ²	0.017	0.158	0.066	0.051	0.015
M3 Para Arzı	Beta	1.312	2.893	1.803	1.572	1.479
	Olasılık	0.148	0.006	0.042	0.075	0.119
	R ²	0.019	0.151	0.077	0.054	0.036
BKF (Bankaların Ticari İşletmelere Uyguladığı Faiz)	Beta	-0.305	-0.203	-0.100	-0.133	-0.236
	Olasılık	0.004	0.089	0.311	0.172	0.020
	R ²	0.099	0.048	0.001	0.022	0.105
AVF (Aylık Vadeli Mevduat Faizi)	Beta	-0.328	-0.239	-0.133	-0.152	-0.258
	Olasılık	0.009	0.055	0.197	0.135	0.015
	R ²	0.074	0.066	0.017	0.031	0.117
TÜFE	Beta	-1.075	0.067	0.708	0.425	-0.856
	Olasılık	0.333	0.958	0.495	0.681	0.436
	R ²	-0.001	-0.025	-0.013	-0.021	-0.009
UFE	Beta	0.254	-0.412	0.081	-0.181	-0.797
	Olasılık	0.530	0.474	0.864	0.699	0.105
	R ²	-0.008	-0.012	-0.024	-0.021	0.041
RGE (Reel Kesim Güven Endeksi)	Beta	0.749	1.006	0.365	0.089	0.577
	Olasılık	0.000	0.015	0.296	0.799	0.115
	R ²	0.237	0.117	0.003	-0.023	0.037
SUE (Sanayi Üretim endeksi)	Beta	0.166	0.312	0.098	0.113	-0.031
	Olasılık	0.364	0.126	0.562	0.498	0.865
	R ²	-0.003	0.034	-0.016	-0.013	-0.024

BOE (Bileşik Öncü Gösterge)	Beta Olasılık R ²	4.835 0.000 0.193	4.447 0.023 0.101	2.920 0.071 0.056	1.176 0.471 -0.012	3.424 0.044 0.075
USD	Beta Olasılık R ²	-0.633 0.002 0.106	-0.219 0.402 -0.007	-0.108 0.612 -0.018	-0.222 0.294 0.003	-0.507 0.021 0.105
Panel B						
Değişken		XU100	XTUMY	XUSIN	XUHIZ	XUMAL
M2		0.902 (1.052)	3.560*** (3.405)	2.364** (2.540)	1.804* (1.794)	0.901 (0.878)
BKF		-0.083 (-0.735)	-0.065 (-0.488)	-0.010 (-0.089)	-0.031 (-0.242)	-0.122 (-0.938)
TUFE		1.343 (1.178)	3.639** (2.511)	3.486** (2.702)	2.988** (2.144)	2.463* (1.733)
BOE		3.585*** (3.198)	6.512*** (3.584)	4.725*** (2.921)	2.006 (1.148)	3.356* (1.883)
USD		-0.424* (-1.768)	-0.154 (-0.472)	-0.236 (-0.815)	-0.416 (-1.328)	-0.484 (-1.515)
R2		0.286	0.349	0.229	0.088	0.165

Not: Panel A'da bağımsız değişkenler tek tek test edilmiştir. Panel B'de ise çoklu değişkenli regresyon analizi yapılmıştır. Satırlarda belirtilmiş olan değişkenler bağımsız değişkenleri, kolonlarda belirtilmiş olan değişkenler ise bağımlı değişkenleri göstermektedir. Tablo beta katsayılarını sunmaktadır. Parantez içinde t istatistikleri verilmiştir. İstatistiksel olarak * %10 düzeyinde, **%5 düzeyinde ve ***%1 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Araştırmada birçok makro ekonomik değişkenin bir arada kullanılması nedeniyle araştırma sorusu 1 incelenirken son olarak en iyi bağımsız değişken setinin belirlenebilmesi için adımsal (stepwise) regresyon analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 7'de paylaşılmıştır. Bu analiz sonucunda aylık frekansta bütün endeksler için, 3 aylık frekansta ise XTUMY, XUSIN ve XUMAL için istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Bu aşamadaki sonuçlar Tablo 5 ve Tablo 6'da raporlanmış olan sonuçlar ile kıyaslandığında genel olarak benzerlik gösterdiği görülmektedir. Aynı denklemlerde kullanılmış olan bağımsız değişkenlerin arasındaki ilişki Tablo 3'te raporlanmış olan korelasyon değerleri ile kontrol edildiğinde çoklu doğrusal bağlantı problemine yol açabilecek yüksek korelasyon katsayılarının söz konusu olmadığı görülmektedir.

Tablo 7- Adımsal (Stepwise) Regresyon Metodu ile Borsa Endekslerinin ve Makro Ekonomik Faktörlerin Aylık ve 3 Aylık Değişimleri Arasındaki İlişkinin Analizi

Değişken	Panel A- Aylık					Panel B- 3 Aylık		
	XU100	XTUMY	XUSIN	XUHIZ	XUMAL	XTUMY	XUSIN	XUMAL
M2						0.588**		
M3							0.445**	
AVF	-0.238*	-0.263**	-0.209*	-0.209*				-0.372*
RGE						0.413**		
UFE	0.333**			0.368**				
TUFE							0.434**	
BOE						0.322*	0.485**	
USD	-0.396**			-0.423**	-0.325**			
R ²	0.144	0.069	0.044	0.144	0.105	0.519	0.324	0.139

Not: İstatistiksel olarak * %5 düzeyinde ve **%1 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Araştırmanın son bölümünde yatırımcıların, makro ekonomik göstergelerde yaşanan değişim verisini kullanarak yatırım kararı vermeleri durumunda fayda sağlayıp sağlayamayacakları araştırılmıştır. Bu amaçla oluşturulan farklı sektörleri ve farklı makro ekonomik göstergeleri kapsayan regresyon analizleri aylık frekansta Tablo 8'de, çeyreklik frekansta ise Tablo 9'da özetlenmiştir. Aylık frekansta verinin paylaşıldığı Tablo 8'de istatistiksel olarak anlamlı sonuç elde edilmemiştir.

Tablo 8. Makro Ekonomik Faktörlerin Geçmiş 1 Aylık Dönemdeki Performansları ile Borsa Endekslerinin Takip Eden 1 Aylık Dönemdeki Performansları Arasındaki İlişki

Panel A						
		XU100	XTUMY	XUSIN	XUHIZ	XUMAL
M1	Beta	0.211	0.240	0.186	0.232	0.051
	Olasılık	0.200	0.143	0.231	0.121	0.789
	R ²	0.005	0.010	0.004	0.012	-0.008
M2	Beta	0.403	0.793	0.635	0.320	0.313
	Olasılık	0.431	0.118	0.186	0.489	0.598
	R ²	-0.003	0.012	0.006	-0.004	-0.006
M3	Beta	0.334	0.683	0.566	0.244	0.241
	Olasılık	0.519	0.184	0.245	0.603	0.688
	R ²	-0.005	0.006	0.003	-0.006	-0.007
BKF	Beta	0.031	-0.073	-0.002	0.038	0.030
	Olasılık	0.709	0.373	0.976	0.614	0.750
	R ²	-0.007	-0.002	-0.008	-0.006	-0.007
AVF	Beta	-0.017	-0.128	-0.068	-0.015	-0.003
	Olasılık	0.842	0.126	0.394	0.850	0.972
	R ²	-0.008	0.011	-0.002	-0.008	-0.008
TUFÉ	Beta	-0.540	-0.448	-0.844	-0.056	-0.570
	Olasılık	0.392	0.476	0.154	0.922	0.437
	R ²	-0.002	-0.004	0.009	-0.008	-0.003
UFE	Beta	-0.306	-0.459	-0.418	-0.146	-0.326
	Olasılık	0.441	0.246	0.263	0.686	0.481
	R ²	-0.003	0.003	0.002	-0.007	-0.004
RGE	Beta	-0.005	0.133	0.074	-0.082	0.027
	Olasılık	0.964	0.255	0.505	0.441	0.844
	R ²	-0.008	0.003	-0.005	-0.003	-0.008
SUE	Beta	-0.054	0.002	-0.020	-0.091	-0.048
	Olasılık	0.305	0.972	0.681	0.055	0.428
	R ²	0.001	-0.008	-0.007	0.022	-0.003
BOE	Beta	-0.068	0.144	0.353	-0.577	-0.006
	Olasılık	0.887	0.761	0.431	0.181	0.992
	R ²	-0.008	-0.007	-0.003	0.007	-0.008
USD	Beta	0.061	-0.008	0.020	0.128	0.051
	Olasılık	0.709	0.959	0.899	0.387	0.789
	R ²	-0.007	-0.008	-0.008	-0.002	-0.008
Panel B						
Değişken	XU100	XTUMY	XUSIN	XUHIZ	XUMAL	
M2	0.424 (0.765)	0.762 (1.387)	0.711 (1.382)	0.257 (0.512)	0.334 (0.517)	
BKF	0.053 (0.561)	-0.047 (-0.506)	0.037 (0.418)	0.034 (0.395)	0.051 (0.466)	
TUFÉ	-0.672 (-0.970)	-0.288 (-0.420)	-0.886 (-1.377)	-0.228 (-0.365)	-0.710 (-0.879)	
BOE	0.072 (0.139)	0.335 (0.655)	0.565 (1.177)	-0.460 (-0.985)	0.112 (0.186)	
USD	0.094 (0.479)	0.103 (0.529)	0.140 (0.768)	0.080 (0.448)	0.091 (0.399)	
R ²	-0.025	-0.014	0.002	-0.021	-0.031	

Not: Panel A'da bağımsız değişkenler tek tek test edilmiştir. Panel B'de ise çoklu değişkenli regresyon analizi yapılmıştır. Satırlarda belirtilmiş olan değişkenler bağımsız değişkenleri, kolonlarda belirtilmiş olan değişkenler ise bağımlı değişkenleri göstermektedir. Tablo beta katsayılarını sunmaktadır. Parantez içinde t istatistikleri verilmiştir. İstatistiksel olarak * %10 düzeyinde, **%5 düzeyinde ve ***%1 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 9, Panel A’da elde edilen bulgulara göre para arzı göstergelerinin takip eden dönemde de XTUMY ve XUSIN endekslerindeki şirketlere olumlu yansıdığı görülmektedir. Diğer yandan reel kesim güven endeksindeki gelişimin cari dönemde XTUMY üzerinde olumlu etki göstermiş olmasına rağmen takip eden dönemde negatif bir ilişki olduğu görülmektedir. Nispeten beklenmeyen bu sonuç, güven endeksindeki dalgalanmalar sonucu oluşmuş olabilir. Tablo 2 kontrol edildiğinde reel kesim güven endeksindeki değişimin minimum ve maksimum değerleri arasındaki farkın yüksek olduğu ve para arzı verisine kıyasla daha fazla standart sapmaya sahip olduğu görülmektedir. Güven endeksi verisi yatırımcıların psikolojisine bağlı olarak hızla değişebilmektedir ve son yıllardaki veri incelendiğinde sürekli aşağı yukarı zikzaklı bir gelişim gösterdiği görülmektedir (Köse ve Akkaya, 2016:13). Panel B’de gösterilmiş olan çoklu regresyon analizi sonuçlarına bakıldığında ise yalnızca M2 değişkeninin XTUMY üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu görülmektedir. XTUMY için oluşturulan denklemler dışında bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama gücü oldukça zayıftır.

Tablo 9. Makro Ekonomik Faktörlerin Geçmiş 3 Aylık Dönemdeki Performansları ile Borsa Endekslerinin Takip Eden 3 Aylık Dönemdeki Performansları Arasındaki İlişki

Panel A						
		XU100	XTUMY (XU100 Dışındaki Şirketler)	XUSIN (Sınai Sektör)	XUHIZ (Hizmet Sektörü)	XUMAL (Mali Sektör)
M1 Para Arzı	Beta	0.313	1.127	0.649	0.461	0.175
	Olasılık	0.298	0.002	0.036	0.139	0.603
	R ²	0.002	0.187	0.081	0.029	-0.018
M2 Para Arzı	Beta	-0.661	2.847	1.149	0.515	0.050
	Olasılık	0.472	0.009	0.209	0.573	0.959
	R ²	-0.008	0.137	0.015	-0.016	-0.024
M3 Para Arzı	Beta	-0.581	2.549	0.930	0.370	-0.042
	Olasılık	0.525	0.016	0.297	0.678	0.965
	R ²	-0.010	0.112	0.003	-0.020	-0.024
BKF (Bankaların Ticari İşletmelere Uyguladığı Faiz)	Beta	-0.133	-0.212	-0.081	-0.012	0.045
	Olasılık	0.207	0.070	0.407	0.900	0.662
	R ²	0.008	0.055	-0.007	-0.024	-0.020
AVF (Aylık Vadeli Mevduat Faizi)	Beta	0.004	-0.212	-0.049	0.022	0.081
	Olasılık	0.972	0.086	0.636	0.831	0.457
	R ²	-0.013	0.048	-0.019	-0.02	-0.010
TUFÉ	Beta	-1.304	-0.105	-0.666	0.202	0.197
	Olasılık	0.238	0.933	0.513	0.842	0.855
	R ²	0.006	-0.024	-0.014	-0.023	-0.024
UFE	Beta	-0.426	-0.527	-0.526	0.038	-0.139
	Olasılık	0.276	0.353	0.255	0.935	0.778
	R ²	0.003	-0.003	0.008	-0.024	-0.022
RGE (Reel Kesim Güven Endeksi)	Beta	0.392	-0.791	-0.407	-0.479	-0.388
	Olasılık	0.055	0.047	0.218	0.143	0.268
	R ²	0.051	0.071	0.013	0.029	0.006
SUE (Sanayi Üretim endeksi)	Beta	0.256	0.066	0.087	0.092	0.101
	Olasılık	0.159	0.748	0.601	0.579	0.566
	R ²	0.017	-0.022	-0.018	-0.017	-0.016
BOE (Bileşik Öncü Gösterge)	Beta	-0.514	-3.042	-1.377	-1.948	-1.761
	Olasılık	0.668	0.121	0.395	0.223	0.303
	R ²	-0.011	0.035	-0.006	0.012	0.002

USD	Beta Olasılık R ²	0.033 0.873 -0.013	-0.106 0.681 -0.020	-0.178 0.398 -0.007	0.072 0.733 -0.021	-0.096 0.668 -0.020
Panel B						
Değişken		XU100	XTUMY	XUSIN	XUHIZ	XUMAL
M2		-0.798 (-0.776)	2.199* (1.845)	0.888 (0.831)	0.366 (0.338)	0.325 (0.286)
BKF		-0.109 (-0.803)	-0.150 (-0.991)	0.010 (0.070)	-0.021 (-0.150)	0.137 (0.953)
TUFE		-0.755 (-0.552)	0.362 (0.226)	-0.367 (-0.256)	-0.333 (-0.229)	0.533 (0.349)
BOE		1.440 (1.071)	-3.222 (-1.568)	-2.162 (-1.173)	-2.042 (-1.094)	-2.294 (-1.170)
USD		0.193 (0.670)	-0.026 (-0.070)	-0.208 (-0.628)	0.058 (0.171)	-0.448 (-1.269)
R2		-0.029	0.135	-0.042	-0.085	-0.054

Not: Panel A'da bağımsız değişkenler tek tek test edilmiştir. Panel B'de ise çoklu değişkenli regresyon analizi yapılmıştır. Satırlarda belirtilmiş olan değişkenler bağımsız değişkenleri, kolonlarda belirtilmiş olan değişkenler ise bağımlı değişkenleri göstermektedir. Tablo beta katsayılarını sunmaktadır. Parantez içinde t istatistikleri verilmiştir. İstatistiksel olarak * %10 düzeyinde, **%5 düzeyinde ve ***%1 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 5, Tablo 6, Tablo 8 ve Tablo 9'un B panellerinde çoklu regresyon analizleri yapılmıştır. Bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı bulunması durumunda yapılmış olan testler uygun sonuç vermeyecektir. Çoklu doğrusal bağlantının test edilmesi amacıyla varyans büyüme faktörü testi uygulanmıştır. Testten elde edilen sonuçlar Tablo 10'da paylaşılmıştır. Merkezi VIF değerlerinin 5'den küçük olması nedeniyle çoklu doğrusal bağlantı sorununa rastlanmamıştır.

Tablo 10. Varyans Büyüme Faktörü Testi

Değişken	Katsayı Varyansı	Merkezi Olmayan VIF	Merkezi VIF
M2	0.735	5.315	1.243
BKF	0.013	1.620	1.616
TUFE	1.300	4.858	1.539
BOE	1.256	1.864	1.269
USD	0.057	2.290	1.999
C	0.002	9.746	NA

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Günümüzde küreselleşme ve teknolojik gelişmeyle birlikte finansal piyasalarda hızlı bir dönüşüm ve fiyat hareketliliği yaşanmaktadır. Yatırımcıların makro ekonomik değişkenleri ve yatırım yaptıkları hisselerin bu makro ekonomik değişkenlerden ne ölçüde etkilendiğini anlaması daha da önemli hale gelmektedir. Bu çalışmada da makro ekonomik değişkenler ile hisse senedi getirileri arasındaki ilişkiler tespit edilerek, yatırımcıların farkındalıklarının artırılması amaçlanmıştır. 2010 ve 2020 yılları arasındaki verinin dahil edildiği çalışmada aylık ve üç aylık frekansta testler yapılmıştır. Büyük şirketlerde yabancı yatırımcı ve kurumsal yatırımcıların ağırlıkta olması; küçük şirketlerde ise yerli yatırımcıların ağırlıkta olması nedeniyle farklı borsa endekslerinin makro ekonomik değişkenlere tepkisi farklı olabilmektedir. Bu amaçla Borsa İstanbul'daki halka açık piyasa değeri en yüksek olan şirketlerin bulunduğu BIST100 endeksi ve BIST100 endeksine dahil olmayan ve nispeten küçük şirketlerin bulunduğu XTUMY endeksi ayrı ayrı analiz edilmiştir. Diğer yandan farklı sektörlerin makro ekonomik faktörlerden ne ölçüde etkilendiğinin tespit edilebilmesi için XUHIZ, XUSIN ve XUMAL endeksleri de araştırma modellerinde incelenmiştir.

Araştırmadaki regresyon analizleri, frekansa bağlı olarak iki farklı aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada, araştırmacının aylık frekansta yapılan testlerinde az sayıda denklemde istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar bulunmuştur. Bu durum, aylık frekansta test edilen makro ekonomik değişkenler dışındaki diğer faktörlerin hisse senedi getirileri üzerinde daha baskın olması şeklinde yorumlanabilir. Daha uzun zaman dilimlerinde değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi, birikimli olarak etkilerin daha net tespit edilebilmesini sağlayacaktır. Bu amaçla aylık frekansta uygulanan testler çeyreklik frekansta da tekrarlanmış ve bu uygulamada hem farklı makro ekonomik değişkenlerin hem de farklı endekslerin bulunduğu denklemlerde istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Ayrıca üç aylık frekanstaki denklemlerin istatistiksel olarak bağımlı değişkenleri açıklama gücü daha yüksek çıkmıştır. Her ne kadar sonuçlar istatistiksel olarak anlamlı olsa da yatırımcıların bu bilgiyi kullanarak karar verebilmesi önemlidir ve eş zamanlı olarak oluşan ilişkilerde doğru zamanlamayla makro ekonomik değişkenlerdeki hareketi karara dönüştürmek zor olacaktır. Bu nedenle ikinci aşamada makro ekonomik değişkenlerin aylık ve çeyreklik hareketlerinin takip eden ay ve çeyrekte hisse senedi endekslerinin getirisine ne ölçüde yansdığı da araştırılmıştır. Araştırmada elde edilen önemli sonuçlar aşağıda paylaşılmış ve tartışılmıştır.

İlk olarak, para arzı, özellikle küçük şirketlerin bulunduğu XTUMY'yi ve sınai sektörde faaliyet gösteren şirketlerin bulunduğu XUSIN'i pozitif yönde etkilemektedir. Para arzındaki artış özellikle yerli yatırımcının elinde bulunan likiditeyi artırmakta ve yatırımcıların daha fazla kaynağı borsaya yönlendirmelerine yardımcı olmaktadır. Büyük ölçekli şirketlerde yabancı payının yüksek olması nedeniyle, yerli yatırımcıların bu şirketlerde yaptığı alımların hisse senedi performansına yansımaması söz konusu olabilir. Ayrıca araştırma bulguları özellikle küçük ölçekli şirketlerde bu etkinin daha baskın olduğunu göstermektedir. Diğer yandan tüketicilerin sahip olduğu harcama kalemlerinden bazıları ertelenebilir özellik taşıırken bazıları ise diğerlerine göre önceliklidir. Sınai sektörü incelendiğinde otomotiv, beyaz eşya, mobilya, çimento ya da çelik gibi sektörlerin döngüsel özellik göstermesi ve piyasada likiditenin bulunduğu dönemlerde daha canlı olması durumu söz konusudur. Çalışma sonuçları da sınai sektörü ile para arzı arasındaki pozitif ilişkiyi teyit etmektedir. Para arzındaki artış yalnızca cari dönemde değil takip eden dönemde de XTUMY ve XUSIN'e dahil şirketlerde olumlu etkiye sahiptir. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde, parasal genişleme politikalarının uygulandığı dönemlerde yatırımcıların özellikle küçük ölçekli şirketler ya da sınai sektörde faaliyet gösteren şirketleri seçmesi daha uygun olabilir.

İkinci olarak faiz oranlarının istatistiksel anlam derecesi %10 düzeyinde olmakla birlikte bütün sektörlerde negatif etki ettiği görülmektedir. Faiz oranlarındaki artış, bankalardan finansman sağlamış olan şirketlerin giderlerini artırmakta ve temerrüt riski oluşturmaktadır. Bu nedenle faizlerdeki artış hem bankalar hem de diğer sektörler tarafından negatif bir değişim olarak karşılanmaktadır. Bu veri ışığında borsa yatırımcılarının faizlerde artış bekledikleri dönemlerde bu etkiyi dikkate alarak daha dikkatli yatırım yapmaları yerinde olacaktır. Fakat bunun bir döngü olduğu ve bazen henüz faizler inerken piyasanın gelecekteki olası faiz artışlarını erkenden fiyatlayabileceği de unutulmamalıdır.

Üçüncü olarak reel kesim güven endeksi ve bileşik öncü gösterge ile XU100, XTUMY, XUSIN ve XUMAL arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu göstergeler imalat sanayi firmalarının geleceğe dönük beklentilerini temsil etmektedir ve analiz sonuçlarına göre hisse senedi fiyatlarına yansımının hemen gerçekleştiği görülmektedir. Elde edilen sonuçlar yatırımcıların, piyasadaki şirketlerin beklentilerini ve bu beklentilerdeki değişimi takip etmelerinin faydalı olabileceğini göstermektedir.

Son olarak, döviz kuru ile XU100, XTUMY, XUHIZ ve XUMAL arasında negatif ilişki vardır ve bu ilişki yalnızca cari dönemde geçerlidir. Faiz oranlarındaki artış gibi döviz kurlarındaki artış da özellikle döviz cinsinden borcu olan şirketleri negatif yönde etkilemekte ve bu şirketlere kredi veren bankalar için risk oluşturmaktadır. Sınai sektöründeki şirketler düşünüldüğünde ise döviz borcu olan şirketler olabileceği gibi net döviz pozisyonu olan ya da geliri döviz cinsinden olan şirketler de var olabilir. Bu yüzden XUSIN endeksinde bu negatif ilişki gözlemlenmemiştir. Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, döviz kurlarındaki gelişimini tahmin etmenin çok zor olmasına rağmen, özellikle döviz kurlarının artış eğiliminde olduğu zamanlarda yatırımcıların banka hisselerine daha dikkatli bir şekilde yatırım yapması ve risklerin farkında olması faydalı olacaktır.

Çeşitli makro ekonomik göstergelerin farklı borsa endeksleri ile ilişkilerinin analiz edildiği bu çalışmada yatırımcılara karar aşamasında yardımcı olabilecek bilgiler sunulmaya çalışıldı. Çalışmada her ne kadar farklı değişkenler için istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiş olsa da bu sonuçların yalnızca geçmiş dönemde geçerli olduğu, hisse senedi fiyatlarını belirleyen birçok farklı unsur olduğu ve bu ilişkilerin gelecekte devam edip etmeyeceğinin bilinemeyeceği unutulmamalıdır. Hisse fiyat değişimlerinde bu çalışmada incelenen makro ekonomik faktörlerin tek belirleyici olamayacağı açıktır. Fakat yine de hisse fiyatına tesir edebilecek bütün etkenlerin yatırımcılar tarafından bilinmesi, yatırımcıların daha sağlıklı kararlar vermelerine yardımcı olacaktır. Bu alanda yapılacak gelecekteki çalışmalarda makro ekonomik göstergelerin, farklı sermaye yapısına, ihracat profiline ve döviz pozisyonuna sahip şirketlerin hisse senedi getirilerine ne ölçüde yansıtıldığının tespit edilmesinin literatürü zenginleştireceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, M. ve Akdağ, S. (2013). "Türkiye'de Ekonomik Faktörlerin Hisse Senedi Fiyatları ile İlişkilerinin Araştırılması". *International Journal of Social Science Research*, 2(1), 50-67.
- Alam, N. (2017). "Analysis of the Impact of Select Macroeconomic Variables On The Indian Stock Market: A Heteroscedastic Cointegration Approach". *Business and Economic Horizons*, 13(1), 119-127.
- Bekaert, G., & Engstrom, E. (2010). Inflation and the stock market: Understanding the "Fed Model". *Journal of Monetary Economics*, 57(3), 278-294.
- Bodie, Z. (1976). "Common Stocks as a Hedge Against Inflation". *The Journal of Finance*, 31(2), 459-470.
- Borsa İstanbul. (2020). BIST piyasa değeri ağırlıklı pay endeksleri temel kuralları. (06.01.2020) <https://borsaistanbul.com/tr/sayfa/175/endeks-verileri>
- Boyacıoğlu, M. A., & Çürük, D. (2016). "Döviz kuru değişimlerinin hisse senedi getirisine etkisi: Borsa İstanbul 100 endeksi üzerine bir uygulama". *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (70), 143-156.
- Coşkun, N. ve Topaloğlu, A. (2016). "Makroekonomik faktörlerin finansal performansa etkisi: Borsa İstanbul firmaları üzerine ekonometrik bir uygulama". *Sosyal Bilimler Metinleri*, ICOMEP Özel Sayısı, 68-82.
- Eyüboğlu, S., & Eyüboğlu, K. (2018a). "Reel Kesim Güven Endeksi ile Borsa İstanbul Sektör Endeksleri Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi". *Business & Economics Research Journal*, 9(1), 75-86.
- Eyüboğlu, S., & Eyüboğlu, K. (2018b). "Enflasyon Oranı ile Borsa İstanbul Sektör Endeks Getirileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(4), 89-100.
- Fama, E. F. (1970). "Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work". *The Journal of Finance*, 25(2), 383-417.
- Fama, E. F. (1981). "Stock Returns, Real Activity, Inflation, and Money". *The American Economic Review*, 71(4), 545-565.
- Fattah, A. S. ve Kocabıyık, T. (2020). "Makroekonomik değişkenlerin borsa endeksleri üzerine etkisi: Türkiye ve ABD karşılaştırması". *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 12(22), 116-151.
- Güngör, B. ve Polat, A. (2020). "Geleneksel Yatırım Araçlarının Hisse Senedi Fiyatlarına Etkisi: BIST'te Sektörel Bazda Karşılaştırmalı Bir Analiz". *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 79-105.
- Güngör, B. ve Kaygın, C. Y. (2015). "Dinamik panel veri analizi ile hisse senedi fiyatını etkileyen faktörlerin belirlenmesi". *Kafkas University. Faculty of Economics and Administrative Sciences. Journal*, 6(9), 149.
- İşyatırım. (2020). Yabancı Oranlar. (15.11.2020) <https://www.isyatirim.com.tr/tr-tr/analiz/hisse/Sayfalar/Temel-Degerler-Ve-Oranlar.aspx#page-3>
- Korkmaz, T., & Çevik, E. İ. (2009). "Reel Kesim Güven Endeksi ile İMKB 100 Endeksi arasındaki dinamik nedensellik ilişkisi". *Istanbul University Journal of the School of Business Administration*, 38(1), 24-37.
- Kwon, C. S. ve Shin, T. S. (1999). "Cointegration and Causality Between Macroeconomic Variables and Stock Market Returns". *Global Finance Journal*, 10(1), 71-81.
- Jansen, W. J. ve Nahuis, N. J. (2003). "The Stock Market and Consumer Confidence: European Evidence". *Economics Letters*, 79(1), 89-98.

- Kaya, V., Çömlekçi, İ. ve Kara, O. (2013). "Hisse Senedi Getirilerini Etkileyen Makroekonomik Değişkenler 2002-2012 Türkiye Örneği". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (35), 167-176.
- Kocabıyık, T. ve Fattah, A. S. (2020). "Makroekonomik Değişkenlerin Borsa Endeksleri Üzerine Etkisi: Türkiye ve ABD Karşılaştırması". *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 12(22), 116-151.
- Köse, A. K. ve Akkaya, M. (2016). "Beklenti ve Güven Anketlerinin Finansal Piyasalara Etkisi: BIST 100 Üzerine Bir Uygulama". *Bankacılar Dergisi*, 99, 3-15.
- Lee, B. S. (1992). "Causal Relations Among Stock Returns, Interest Rates, Real Activity, and Inflation". *The Journal of Finance*, 47(4), 1591-1603.
- Malkiel, B. G. (2003). "The Efficient Market Hypothesis and Its Critics". *Journal of Economic Perspectives*, 17(1), 59-82.
- Naik, P. K. & Padhi, P. (2012). "The Impact of Macroeconomic Fundamentals on Stock Prices Revisited: An Evidence from Indian Data".
- Öndeş, T. ve Levet, M. (2020). "Makroekonomik Faktörlerin Hisse Senedi Getirileri Üzerindeki Etkisi: BIST'de Yer Alan Bankalar Üzerine Bir Uygulama". *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (88), 155-174.
- Öncü, M. A., Çömlekçi, İ., Yazgan, H. İ., & Bar, M. (2015). "Yatırım araçları arasındaki eşbütünleşme (bist100, altın, reel döviz kuru)". *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 43-57.
- Özer, A., Kaya, A. ve Özer, N. (2011). "Hisse Senedi Fiyatları ile Makroekonomik Değişkenlerin Etkileşimi". *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(1).
- Poyraz, E. ve Tepeli, Y. (2015). "Seçilmiş Makro Ekonomik Göstergelerin Borsa İstanbul XU100 Endeksi Üzerindeki Etkisinin Analizi". *Paradoks: The Journal of Economics, Sociology & Politics*, 11(2).
- Rogalski, R. J. ve Vinso, J. D. (1977). "Stock returns, money supply and the direction of causality". *The Journal of Finance*, 32(4), 1017-1030.
- Samitas, A. G. ve Kenourgios, D. F. (2007). "Macroeconomic Factors' Influence on 'new' european Countries' Stock Returns: The Case of Four Transition Economies". *International Journal of Financial Services Management*, 2(1-2), 34-49.
- Sentürk, M. ve Dücan, E. (2014). "Türkiye'de döviz kuru-faiz oranı ve borsa getirisi ilişkisi: ampirik bir analiz". *Business and Economics Research Journal*, 5(3), 67-80.
- Serfling, M. A. ve Miljkovic, D. (2011). "Time Series Analysis of the Relationships Among (Macro) Economic Variables, The Dividend Yield and the Price Level of the S&P 500 Index". *Applied Financial Economics*, 21(15), 1117-1134.
- Sevinç, E. (2014). "Makroekonomik Değişkenlerin, BİST-30 Endeksinde İşlem Gören Hisse Senedi Getirileri Üzerindeki Etkilerinin Arbitraj Fiyatlama Modeli Kullanarak Belirlenmesi". *Istanbul University Journal of the School of Business Administration*, 43(2).
- Sohail, N. ve Hussain, Z. (2009). "Long-run and Short-Run Relationship Between Macroeconomic Variables and Stock Prices in Pakistan: The case of Lahore Stock Exchange". *Pakistan Economic and Social Review*, 183-198.
- Suhaibu, I., Harvey, S. K. ve Amidu, M. (2017). "The impact of monetary policy on stock market performance: Evidence from twelve (12) African countries". *Research in International Business and Finance*, 42, 1372-1382.
- Unal, S. (2020). "Hisse Senedi Getirileri Üzerinde Para ve Maliye Politikası Araçlarının Etkisi: Borsa İstanbul Üzerine Bir Araştırma". *Journal of Yaşar University*, 15 (60), 772-789.
- Uşul, H., Küçüksille, E., & Karaoğlan, S. (2017). "Güven endekslerindeki değişimlerin hisse senedi piyasalarına etkileri: Borsa İstanbul örneği". *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 22(3), 685-695.
- Vodová, P. (2013). "Determinants of commercial bank liquidity in Hungary". *Finansowy Kwartalnik Internetowy e-Finanse*, 9(4), 64-71.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:21.04.2021 ✓Accepted/Kabul:03.09.2021

DOI:10.30794/pausbed.923775

Araştırma Makalesi/ Research Article

Harmancı, Y., Doğan, S. ve Demirtaş, Ö. (2021). " Dile Getirme Davranışı Aracı Rolde İken Dönüşümcü Liderliğin Örgütsel Aidiyet Algısı Üzerindeki Etkisi: Lider Üye Etkileşiminin Düzenleyici Rolü" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 377-390.

DİLE GETİRME DAVRANIŞI ARACI ROLDE İKEN DÖNÜŞÜMCÜ LİDERLİĞİN ÖRGÜTSEL AİDİYET ALGISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: LİDER ÜYE ETKİLEŞİMİNİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ*

Yasemin HARMANCI**, Sermed DOĞAN***, Özgür DEMİRTAŞ****

Öz

Dönüşümcü liderlik davranışları örgütsel aidiyet üzerinde önemli oranda etkide bulunurken bu süreçte çeşitli zihinsel uyarılar, ilham verici motivasyon ve bireysel ilgi gibi davranışlar sergilenmektedir. Bu etkide daha motive olmuş bireyin dönüşümcü lider etkisiyle daha çok dile getirme davranışları sergileyeceği değerlendirilmektedir. Bu kapsamda araştırmanın amacı dönüşümcü liderliğin astların aidiyet algısını etkilemede dile getirme davranışının aracılık rolünü belirlemek ve mevcut süreçte lider-üye etkileşiminin dile getirme ve aidiyet ilişkisinde düzenleyici bir rol üstlenip üstlenmediğini tespit etmektir. Bu amaca yönelik kurulan hipotezleri test etmek amacıyla anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları dönüşümcü liderlik davranışlarının dile getirme ve örgütsel aidiyet algısı üzerinde pozitif yönde bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu ilişkide dile getirme davranışı dönüşümcü liderlik ve örgütsel aidiyet algısı arasındaki ilişkiye tam aracılık etkisi göstermektedir. İlave olarak yapılan analizlerde ise lider-üye etkileşiminin modelde düzenleyici bir role sahip olmadığı gözlenmiştir.

Anahtar kelimeler: *Dönüşümcü Liderlik, Dile Getirme Davranışı, Örgütsel Aidiyet, Lider-Üye Etkileşimi.*

THE EFFECT OF TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP ON ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION PERCEPTION WHEN VOICE BEHAVIOUR IS IN MEDIATING ROLE: MODERATING ROLE OF LEADER-MEMBER EXCHANGES

Abstract

Transformational leadership behaviors have a significant effect on organizational identification, while exhibiting various mental stimuli, inspiring motivation and individual attention in this process. In this influence, it is evaluated that the more motivated individual will exhibit more voice behaviors with the effect of transformational leaders. In this context, the aim of the research is to determine the mediating role of the voice behavior on the relationship between transformational leadership and organizational identification. In addition, we examined the moderating role of leader-member exchange on the relations of voice behavior and organizational identification. A survey study was conducted to test the hypotheses established for this purpose. The results of the analyses reveal that transformational leadership behaviors have a positive effect on voice behavior and organizational identification. Voice behavior has been found to be a full mediating effect on the relationship between transformational leadership and the perception of organizational identification. In addition, it was observed that leader-member exchange does not have a moderator role in the model.

Keywords: *Transformational Leadership, Voice Behavior, Organizational Identification, Leader-Member Exchange.*

*Bu çalışma USBIK 2020 3.Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi kapsamında sunulmuş ve çalışmanın özeti özet e- kitabında yayınlanmıştır.

** Dr. Öğr. Üyesi, Kayseri Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, İnsan Kaynakları Yönetimi, KAYSERİ.

e-posta: harmancı@kayseri.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-3800-0244>)

*** Öğr. Gör., Kayseri Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon, KAYSERİ.

e-posta:sermeddogan@kayseri.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0001-8782-7227>)

**** Doç Dr., Kayseri Üniversitesi, Develi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, KAYSERİ.

e-posta:demirtasozgur@yahoo.com, (<https://orcid.org/0000-0002-2495-2124>)

1. GİRİŞ

İş dünyasının her alanında küreselleşme zorunluluğu gün geçtikçe daha çok hissedilir bir duruma ulaşmaktadır. Bu durum ise kuruluşların uluslararası standartları yakalama ve uyum sağlayabilme konusunda yetenek ve beceri gibi farklı düzeyde donanıma sahip kişilerin, gelişim ve performans ihtiyaçlarına odaklanmayı (Tracey ve Hinkin, 1998:222) sonucunda ise liderlerin çeşitli işgücünü yönetebilme yaklaşımını ortaya çıkarmaktadır (Kirkman vd., 2009:744). Literatürde astların daha yüksek düzeyde performans sunmaları ve geleceğin ortak vizyonu için çaba göstermeleri konusunda (Duan vd., 2017:650) astları entelektüel ve yaratıcı bir şekilde geliştirme ve teşvik etmede (Alqatawenh, 2018:19) dönüşümcü liderlik kavramı üzerinde durulmaktadır.

Dönüşümcü liderlik davranışı, astların bireysel farklılıklarını destekleyerek yapabileceklerinin en iyisini yapabilmeleri konusunda statükoya meydan okumaya ve kendi sorularını cevaplamaya teşvik etmektedir (Arnold vd., 2007:193). Ayrıca işe yönelik olası sorunlar için alternatif görüş belirtme ve süreci etkileyebilme potansiyeli olan konularda ise güçlü bir dile getirme davranışı sergilemede dönüşümcü lider etken olmaktadır. Böyle bir durum ise Morrison (2014) tarafından, öneri, endişe ve sorun hakkında bilgi veya işe yönelik görüşlerin, lider pozisyonundaki kişilere iletilmesinde liderlerin dile getirme davranışına yönelik tutumu ile ilgili olduğu belirtilmektedir. Örgütsel aidiyet algısı açısından bakıldığında da, liderin astlara yönelik tutumları örgüt ile ortak misyon ve vizyon birlikteliğinde belirleyici etken olabilmektedir. Bu tutumların dönüşümcü liderler tarafından astların katılımına ve dile getirmesine yönelik bir süreci pozitif bir şekilde desteklemesi ile mümkün olacağı söylenebilir.

Omarov (2009), liderin astlarına yönelik tutumu ile bağlantılı olarak astların katılımcı bir davranış sergilemesine, Tangirala ve Ramanujam (2008), kişisel kontrole sahip olmanın güçlü bir örgütsel aidiyeti desteklediğine, Wang vd., (2005) ise yüksek kaliteli lider-üye etkileşiminin saygı, sadakat ve hissedilen yükümlülüğün liderin astlara yönelik muamelesinin bir sonucu olarak ortaya çıkacağını belirtmektedir. Araştırmacılar tarafından belirtilenler doğrultusunda bu çalışmada astlarına ilham veren, kişisel çıkarlar yerine kolektif çıkarları vurgulayan aynı zamanda vizyon birlikteliği yaratan dönüşümcü liderlerin astların düşüncülerini ifade edebilme yeteneği olan dile getirme ve örgütsel aidiyet algısı üzerindeki etkisi incelenmektedir. Aynı zamanda örgütsel aidiyetin dile getirme davranışına yönelik aracılık rolü araştırmalarda incelenirken (Hu vd., 2015; Fuller vd., 2006; Zhu vd., 2015; Islam vd., 2019) bu çalışmada farklı olarak dönüşümcü liderlik davranışının örgütsel aidiyet üzerine etkisinde dile getirme davranışının aracılık rolüne sahip olup olmadığı incelenmektedir. Bir diğer boyut ise örgütsel aidiyet ve dile getirme davranışı arasındaki ilişkinin kalitesini belirlemede lider-üye etkileşiminin düzenleyici rolüne bakılmaktadır.

Literatür çalışmaları incelendiğinde dönüşümcü liderlik davranışlarının öncüllerine ve çıktıklarına yönelik birçok çalışmanın olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalarda dönüşümcü liderlerin, örgütsel aidiyet (Humphrey, 2012; Martin ve Epitropaki, 2001; Zhu vd., 2012) ve dile getirme davranışlarına (Hu vd., 2016; Liu ve Liao, 2013) etkisi incelenirken dile getirme davranışlarının aracılık rolüne yönelik çalışmalara rastlanılmamaktadır. Çalışmanın literatüre anlamlı bir kazanım sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, dönüşümcü liderlik davranışlarının örgütsel aidiyet üzerine etkisinde dile getirme davranışının aracılık rolünü incelemektir. İlave olarak da lider üye etkileşiminin dile getirme davranışları ve aidiyet ilişkisindeki düzenleyici rolü araştırılmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE HİPOTEZLER

2. 1. Dönüşümcü Liderlik ve Dile Getirme Davranışı

Organize olma ve birlikte hareket edebilme yeteneği belli bir düzeni sağlayacak otorite ile mümkündür. Bu otorite, kimi zaman sadece insanları etrafında toplayıp, onları yönlendirebilecek her düzeyde ve herhangi bir birey tarafından sağlanabileceği gibi (Bass ve Riggio, 2006:2) çoğu zaman da bir lider tarafından gerçekleştirilmektedir. Lider, etrafındakileri örgütleyen ve onların nasıl hareket edeceklerini belirleyen, örgütü oluşturan fertlerin genel çalışma yöntemlerini dizayn eden bir beyin olarak nitelendirilebilir. Literatür taramasında liderlik kavramına yönelik yapılan tanımlarda; peşinden sürükleyen ve amaçlara ulaşmaya sevk eden (Avcı ve Topaloğlu, 2009:3), yüksek performans sergileyen astların dile getirme davranışını güçlü biçimde etkileyen (Detert ve Burris, 2007:869), proaktif değişime yönelik, yenilikçi ve ilham veren (Walumbwa vd., 2008:797), ortak kader ve

karşılıklı bağlılık duygusunu sentezleyen (Bass ve Avolio, 1993:116) ve örgütte otoritenin uygulanması, hedefleri gerçekleştirmek ya da değiştirmek için yeni bir süreç ya da yol başlatan olarak ifade edilmektedir (Töremen ve Yasan, 2010:28). İş süreçleri ve çevresel değişimlerle birlikte, insanların yaşam tarzı ve tutumlarında meydana gelen farklılıklar, liderlik kavramına yönelik tek bir model oluşumunu engellemektedir. Bu nedenle takipçileri motive eden ve bugün ile geleceği birbirleriyle bağdaştıran dönüşümcü liderlik kavramı ortaya çıkmıştır.

Liderler, astların çıkarlarını genişletip yükselttiklerinde, grubun amaç ve misyonunun farkındalığını ve kabulünü oluşturduklarında ve astları grubun iyiliği için kendi çıkarlarının ötesine bakmaya teşvik ettiklerinde dönüşümcü liderliğin olgunluk kazanacağı vurgulanmaktadır (Stone vd., 2004:350). Dönüşümcü liderler astların iş sözleşmesinde belirtilenlerden daha fazlasını yapma istekliliği yaratır ve her astın bireysel gelişim ve öğrenme gereksinimlerine odaklanmaktadır. Bununla birlikte, misyon duygusu ve daha yüksek vizyon sağlar, astlar için rol model olarak hareket ederler ve oluşturdukları güven ortamı ile örgüt için çalışanların kişisel çıkarlarını göz ardı etmeye motive etmektedirler (Epitropaki ve Martin, 2005:572). Bass (1990) bu belirtilen ifadeler doğrultusunda dönüşümcü liderlerin genel özelliklerini; karizma (vizyon ve misyon duygusu sağlar, gurur verir, saygı ve güven kazanır), ilham (yüksek beklentileri iletir, çabalara odaklanmak için semboller kullanır, önemli amaçları basit yollarla ifade eder), entelektüel uyarım (zeka, rasyonalite ve dikkatli problem çözme teşvik eder) ve bireysel düşünme (kişisel ilgi gösterir, her çalışanı bireysel olarak ayrı ayrı ele alır, koçluk yapar, danışmanlık yapar) şeklinde gruplandırmaktadır. İfade edilen bu dört özellik (karizma, ilham verici motivasyon, entelektüel uyarım ve bireyselleştirilmiş düşünce) aynı zamanda dönüşümcü liderliğin bileşeni olarak da belirtilmektedir (Bass ve Steidlmeier, 1999:184).

Dile getirme davranışı sadece eleştirmek yerine geliştirmeye yönelik yapısal değerlendirmeyi vurgulayan, teşvik edici bir davranış olmakla birlikte, diğerleri aynı fikirde olmasa bile standart prosedürlerde değişiklik yapılmasını önerebilme şeklinde tanımlanmaktadır (van Dyne ve LePine, 1998:109). Liu ve Liao (2013), belirtilen kavramsal çerçevenin gerçekleşmesinde başka bir ifade ile, astların dışadönük davranışını etkilemede dönüşümcü liderin kilit rol oynadığı ifade edilmektedir. Astlar dönüşümcü lideri adil olarak algıladıklarında dile getirmenin yüksek düzeyde değer uyumu yaratmaktadır (Wang vd., 2011:341). Bu nedenle dönüşümcü liderlik astları hem amaçlara ulaşma açısından motivasyon sağlamakta hem de başarı ve kendini gerçekleştirme fırsatı sunmaktadır (Bass, 1999:11). Walumbwa ve Schaubroeck (2009), astları konuşmaya teşvik etme ve cesaretini geliştirmede dönüşümcü liderlik ile dile getirme davranışı arasındaki ilişkiye odaklanılmıştır. Ayrıca Hu ve arkadaşları tarafından (2016) gerçekleştirilen çalışmada dönüşümcü liderlik algısının yükselmesi astların bilgi paylaşımı ve dile getirme davranışını artırdığı belirtilmektedir. Liang ve arkadaşlarının (2017) gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda dönüşümcü liderlik ile dile getirme davranışı arasında önemli bir ilişkinin olduğu vurgulanmaktadır. Gerçekleştirilen çalışmalara ve teorik bilgilere dayanarak dönüşümcü liderliğin dile getirme davranışı ile ilişkili olduğu varsayımını dikkate alarak aşağıda belirtilen hipotez test edilmektedir.

H1. Dönüşümcü liderlik davranışı astların dile getirme davranışı üzerinde pozitif yönde etkiye sahiptir.

2.2. Dönüşümcü Liderlik ve Örgütsel Aidiyet

Örgütsel aidiyet, bir kişinin hem bilişsel hem de duygusal olarak kendi örgütü ile özdeşleşmesine ve örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemesinde pozitif bir rol oynarken kurumun amaçları ile birlikte, liderin değerlerini ve hedeflerini de somutlaştırmaktadır. (Vondey, 2010:8). Liderlik sürecinin örgütsel aidiyet algısı ile ilişkisinde iki durumun önemli etkisinden bahsedilebilir. Birincisi, liderler kuruluşun hedefleri ve ana amaçları hakkında astlar için bilgi kaynağı iken, liderler genellikle astların en çok arzu edilen özelliklerini yansıtan prototip grup üyeleri olarak belirtilmektedir (Martin ve Epitropaki, 2001:248). Bu nedenle liderler örgütsel aidiyet algısını geliştirmede önemli bir rol üstlenmektedirler.

Dönüşümcü liderler, astların kişisel değerlerini ve öz kavramlarını dönüştürmeye çalışarak daha yüksek ihtiyaç ve istek düzeylerini destekleyici bir çalışma ortamı yaratmaktadırlar (Gümüslüoğlu ve İlsev, 2009:461). Takipçilerin bir kuruluşa üye olma konusundaki olumlu duygularını geliştirmeye ve kuruluşa kimliklerini artırmalarına yardımcı olabilecek yapıcı ve olumlu öneriler sunmaktadırlar (Zhu vd., 2012:191-192). Bu düşünce, "büyük resme" bakan ve kuruluşa katkılarının önemini anlayan astların, kuruluşun vizyonuna ulaşmak için yaratıcı çalışma konusunda daha fazla motive oldukları anlayışına dayandırılmaktadır (Wang ve Rode, 2010:1108). Bir anlamda örgüt içerisindeki

kimliğini oluşturmaktadır (Akdoğan ve Köksal, 2014:27). Dönüşümcü liderler, astların bireysel kimliklerini çalışma gruplarının veya organizasyonların kolektif kimliğiyle ilişkilendiren (Humphrey, 2012:24) ideolojik açıklamalar sunarak, içsel motivasyonun artırılması ve kişisel amaçların yerine örgütsel misyon ve hedeflere yönelik işbirlikçi davranışlarda bulunma olasılığını artırmaktadırlar (Morianio vd., 2014:108). Bu durumun ise örgütsel aidiyeti güçlendirmesi muhtemeldir. Literatür taramasına bakıldığında dönüşümcü liderliğin örgütsel aidiyet ile ilişkisinde pozitif bir ilişkinin (Epitropaki ve Martin, 2005; Moriano, 2014 vd.; Effelsberg, 2015) olmasının yanında, kişisel aidiyet ve sosyal aidiyet (Kark vd., 2003; van Knippenberg, 2004) kavramları ile de pozitif ilişkisi bulunmaktadır. Araştırmalar ve teorik ifadeler doğrultusunda dönüşümcü liderin astların örgütsel aidiyet algısını pozitif yönde etkilemesi beklenmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın ikinci hipotezini aşağıda belirtildiği şekilde ifade etmek mümkündür.

H2: Dönüşümcü liderlik davranışı astların örgütsel aidiyeti algısı üzerinde pozitif yönde etkiye sahiptir.

2.3. Dile Getirme Davranışı ve Örgütsel Aidiyet

Durumu iyileştirme hedefi ile değişime yönelik iletişim kurma olarak ifade edilen dile getirme davranışı, astların fikirlerinin başkaları tarafından bilinmesini içeren, amacı örgütlerde liderler tarafından göz ardı edilen operasyonel sorunları belirlemeye ve işleyişe yönelik yenilikler üretmeye yardımcı olan bir kavramdır (Ng ve Feldman, 2012:217-218). Örgütsel uyum veya yardım etme davranışı ile özdeşleştirilmektedir (Raub ve Robert, 2012:138). Dile getirme davranışında örgüt ortamını olumlu olarak deneyimleyen çalışanların bu deneyimi dile getirme davranışı yoluyla karşılık vereceği anlayışı yatmaktadır (Wang vd., 2016:605). Bu durumda proaktif çalışanların dile getirme davranışı sergilemektedir (Cheng vd., 2014:818). Astların yaşanabilecek durumlar hakkında fikirlerini aktif olarak sunabilmesinde örgütsel algılama ve lider tutumları etken olabilmektedir. Astların kendisini belirli bir örgütün üyesi şeklinde tanımladığı ve grubun gerçek ve sembolik bir üyesi olarak algılaması örgütsel aidiyet biçimi olarak ifade edilmektedir (Mael ve Ashforth, 1992:105).

Dile getirme davranışı ile örgütsel aidiyet algısı arasındaki ilişkiye yönelik daha önce yapılan araştırmalar incelenmiştir. Literatür taraması sonucunda Islam ve diğerleri (2019) ile Zhu ve arkadaşlarının (2015) yaptığı araştırmada örgütsel aidiyet algısının çalışanların dile getirme davranışı ile pozitif ilişkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Wong ve diğerlerinin (2010) araştırmasına göre de, sosyal aidiyetin dile getirme davranışı üzerinde doğrudan pozitif etkisinin olduğu görülmüştür. Araştırma bulguları ile bağlantılı olarak dile getirme davranışı yüksek olan astların, örgüte yönelik kimlik bütünlüğü gerçekleştirme ve kurumun bir parçası olarak hissetmesi neticesinde, dile getirme davranışının örgütsel aidiyet algısını pozitif yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın üçüncü hipotezi aşağıda belirtilmektedir.

H3: Dile getirme davranışı astların örgütsel aidiyet algısı üzerinde pozitif yönde etkiye sahiptir.

2.4. Dönüşümcü Liderlik Davranışının Örgütsel Aidiyet Algısı Üzerindeki Etkisinde Dile Getirme Davranışının Aracılık Rolü

Dönüşümcü liderlik davranışının, örgütsel aidiyet algısı üzerindeki etkisine yönelik daha önce belirtilen açıklamalar doğrultusunda, bu ilişkiye dile getirme davranışının aracılık ettiği düşünülmektedir. Bunun nedeni dönüşümcü liderler, astlarına yönelik konuşmayı kolaylaştırırken farklı algısal özelliklere sahip astların aidiyetine etki yaparlar ve dile getirme davranışı da statükoya proaktif meydan okuyarak (Graham ve van Dyne, 2006:96) yapıcı değişiklikler meydana getirmektedir (Liu vd., 2010:189). Dile getirme davranışının etik liderlik, otantik liderlik, otoriter liderlik ve dönüşümcü liderlik davranışları ile ilişkisi incelenmiş ve farklı aracı role (örgütsel aidiyet, örgütsel güven, adalet iklimi, işe adanmışlık, psikolojik güven ve güçlendirme) sahip değişkenlerle ilişkilendirildiği görülmektedir (Li ve Sun, 2015; Knoll ve Van Dick, 2013; Qi ve Ming-Xia, 2014; Hsiung, 2012; Liang vd., 2017; Svendsen ve Joensson, 2016; Hu vd., 2018). Ayrıca dile getirme davranışının aracı rolde olduğu araştırmalar da bulunmaktadır (Chen ve Hou, 2016; Avey vd., 2012). Literatür taraması sonucunda dönüşümcü liderliğin örgütsel aidiyet algısı üzerine etkisinde farklı değişkenlerin aracılık ettiği ancak dile getirme davranışının bu etkiye ilişkisini sunan bir araştırmanın olmadığı belirlenmiştir. Bu açıklamalar nezdinde dönüşümcü liderlik davranışının dile getirme davranışı ve örgütsel aidiyet algısı üzerine etkisinin ve dile getirme davranışının da bu ilişkiye aracılık rolü üstleneceği ileri sürülmektedir. Bundan dolayı çalışmanın dördüncü hipotezi aşağıda belirtilmektedir.

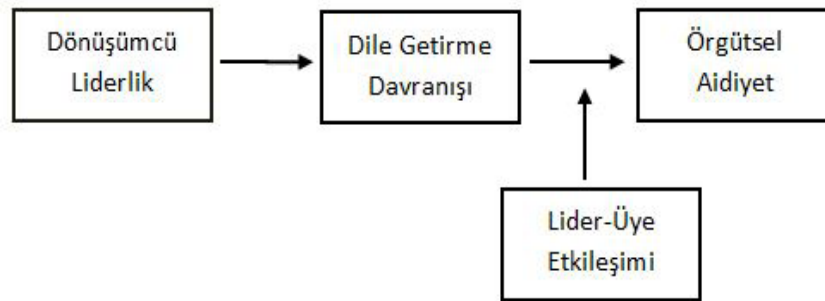
H4: Dönüşümcü liderlik davranışının astların örgütsel aidiyet algısı ile ilişkisinde dile getirme davranışının aracılık etkisi vardır.

2.5. Dile Getirme Davranışının Örgütsel Aidiyet Algısı Üzerindeki Etkisinde Lider-Üye Etkileşiminin Düzenleyici Rolü

Lider-Üye Etkileşimi (LMX) teorisi 1970'lerde Dansereau ve meslektaşları tarafından oluşturulmuştur. Kavram ilk olarak dikey çift bağlantı olarak incelenmiş ve liderler ile astları arasında ikili fakat bireysel bir bağlantı olarak tanımlanmıştır (Dansereau vd.,1975; Graen ve Cashman, 1975; Graen, 1976). LMX teorisi, ikili etkileşimi konunun merkezine koyarak lider ve takipçi durumuna yaklaşmaktadır. Northouse (2015), LMX yaklaşımları geliştikçe, araştırmacıların liderlerin üst düzey çalışan ve grup performansını sağlamak için uygun ilişkileri geliştirme yoluna odaklandıklarını belirtmektedir. LMX teorisine göre, liderlerin astlarını kurulan ilişkinin kalitesi yoluyla etkilediği varsayılmakta ve LMX kalitesi ve sonuçları arasındaki ilişkinin doğasını açıklamak için sosyal değişime dayalı bir gerekçeye güvenme eğilimindedir (Wright, 2015:641). Örgüt içerisinde davranışları anlamak için en etkili kavramsal paradigmlar arasında olan sosyal değişim teorisi, yükümlülükler yaratan bir dizi etkileşimi içerdiği ve bu etkileşimler genellikle başka bir kişinin eylemlerine bağımlı ve koşullu olarak görüleceği anlayışına dayanmaktadır (Cropanzano ve Mitchell, 2005:874). Cheng ve arkadaşları (2013) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonucuna göre dile getirme davranışının lider-üye etkileşimi ile pozitif olarak ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Wang ve arkadaşları (2016) tarafından ise dile getirme davranışına yönelik araştırmaların büyük bir kısmının çalışan deneyimi sonucunda dile getirme yoluyla karşılık vereceğini öne süren sosyal değişim teorisine dayandığı ifade edilmektedir. Bu yaklaşım doğrultusunda çalışmamızda dile getirme davranışının örgütsel aidiyet algısına yönelik ilişkide, lider-üye etkileşiminin düzenleyici rolü ile bu ilişkinin kalitesinin artıracığı muhtemeli düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmanın beşinci hipotezi aşağıda belirtilmektedir.

H5: Dile getirme davranışının örgütsel aidiyet algısı ile ilişkisinde lider-üye etkileşiminin düzenleyici etkisi vardır.

Araştırma hipotezlerini yansıtacak biçimde kurulan model Şekil 1'de aktarılmaktadır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

3.1. Örneklem

Araştırma Kahramanmaraş ilinde tekstil sektöründe faaliyet gösteren ve toplam 225 çalışanı bulunan bir işletmede gerçekleştirilmiştir. Araştırma evreninin tamamına, yani evrendeki tüm birimlerin incelenmesi amaçlandığından tam sayım örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Ergin, 1991:116). Ancak, katılımın gönüllülük esasına dayanması nedeniyle nihai örneklem ve analizler 114 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Dağıtılan 225 anket formundan 120 anket formuna dönüş yapılmış ve 3'ü eksik veri 3'ü de ters soru olarak belirtilen ifadelerin yanlış anlaşılardan kaynaklı seçimlerden dolayı 114 anket formu değerlendirmeye alınmıştır. Ana kütle içerisinde yaklaşık %53 oranında kişiye ulaşılması mevcut sonuçların yorumlanması açısından değerlidir. Araştırmaya katılanların 36'sı (%31,6) kadın ve 78'i (%68,4) erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların 44'ü (%38,6) 18-29 yaş grubu, 47'si (%41,2) 30-39 yaş grubu, 23'ü (%20,2) 40 ve üzeri yaş grupları arasından yer almaktadır.

Ö. Demirtaş

Eğitim düzeyine göre katılımcıların 45'i (%39,5) lise ve 42'si (%36,8) ilköğretim-ortaöğretim mezunu oluştururken bu sırayı 15'i (%13,2) ön lisans, 10'u (%8,8) lisans ve 2'si (%1,8) yüksek lisans mezunudur. Çalışma süresi açısından 34'ü (%29,8) 1-3 yıl, 28'i (%24,6) 4-6 yıl, 26'sı (%22,8) 1 yıldan az, 22'si (%19,3) 7-9 yıl ve 4'ü (%3,5) 10 yıl ve üzeri çalışma süresine sahiptirler.

3.2. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket formu beş bölümden meydana gelmektedir. Dönüşümcü liderlik, örgütsel aidiyet, dile getirme davranışları, lider-üye etkileşimi ve demografik özellikleri soran maddeleri içermektedir. Araştırmada kullanılan ölçekler daha önce ulusal ve uluslararası literatürde birçok çalışmada kullanılarak geçerlilik ve güvenilirliği sağlanmış ölçeklerdir.

Dönüşümcü Liderlik Ölçeği: Dönüşümcü liderlik davranışını değerlendirmek için Bass ve Avolio (1996) tarafından geliştirilen ve 24 ifadenin yer aldığı ölçek kullanılmıştır. 5'li Likert tipi (1= Hiçbir Zaman, 5= Her Zaman Olmasa da Çok Sık) ölçeğiyle ölçülmüştür (Örnek ifade olarak "Çalışma gayretlerimin karşılığı olarak bana yardımcı olur). Turner vd., (2002) dönüşümcü liderlik ölçeğine yönelik güvenilirlik katsayısını (α) .95, Boerner vd., (2007) (α) .78, Hemsworth (2013) (α) .94, Shin ve Zhou (2003) (α) .95 olarak tespit etmişlerdir. Araştırmada dönüşümcü liderlik ölçeğinden elde edilen analiz sonucuna göre güvenilirlik katsayısı Cronbach's (α) .0,85 değerini almaktadır.

Örgütsel Aidiyet Ölçeği: Çalışanların aidiyet algılarını ölçmek için Stamper ve Masterson (2002) tarafından geliştirilen ve 6 ifadenin yer aldığı ölçek kullanılmıştır. İfadelerin puanlanmasında 5'li Likert (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) ölçeği kullanılmıştır (Örnek ifade olarak "Kendimi kurumun bir parçası olarak hissediyorum"). Belirtilen ölçek kullanılarak yapılan çalışmalarda, Hui vd., (2015) güvenilirlik katsayısının (α) .74, Zhao vd., (2013) güvenilirlik katsayısının (α) .95 ve Wang vd., (2010) güvenilirlik katsayısının (α) .87 değerini aldığını belirtmiştir. Araştırmada aidiyet algısı ölçeğinin güvenilirlik katsayısı Cronbach's (α) .90 olarak tespit edilmiştir.

Dile Getirme Ölçeği: Dile getirme davranışlarına yönelik tutumları ölçmek için van Dyne ve LePine (1998) tarafından geliştirilen ve 6 ifadenin yer aldığı ölçek kullanılmıştır. Katılım dereceleri 5'li Likert tipi (1= Hiçbir Zaman, 5= Her Zaman Olmasa da Çok Sık) ölçeğiyle ölçülmüştür (Örnek ifade olarak "Astların fikirlerini/önerilerini ifade etmeye teşvik eder"). Dile getirme davranışı ölçeği kullanılarak yapılan çalışmalarda güvenilirlik katsayısını Fuller vd., (2007) (α) .96, Tangirala ve Ramanujam (2008) (α) .97 ve Morrison ve Wheeler-Smith (2011) (α) .76, değerini aldığı belirtilmektedir. Araştırmada dile getirme davranış ölçeğinin güvenilirlik katsayısının Cronbach's (α) .76 değeri aldığı tespit edilmiştir.

Lider-Üye Etkileşim Ölçeği: Lider-üye etkileşimini ölçmek için Liden ve Maslyn (1998) tarafından geliştirilen ve 11 ifade olarak belirlenen ölçek kullanılmıştır. Puanlamada 7'li Likert (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 7= Kesinlikle Katılıyorum) ölçeğinden yararlanılmıştır (Örnek ifade olarak "Yöneticim için görev tanımında belirtilenden daha fazla iş yaparım). Lider-üye etkileşimi ölçeğinde güvenilirlik katsayısını Harris vd., (2011) (α) .90, Blanc ve González-Romá (2012) (α) .84 ve Burch ve Guarana (2014) (α) .88 değerlerini aldığı araştırmacılar tarafından belirtilmektedir. Çalışmada lider-üye etkileşimi ölçeğinin güvenilirlik katsayısı Cronbach's (α) .92 düzeyinde olduğu belirlenmiştir.

4. BULGULAR

Araştırma verileri SPSS 22.0 paket programına girilerek istatistiksel analizler gerçekleştirilmiştir. Öncelikle dönüşümcü liderlik, dile getirme davranışı, örgütsel aidiyet, lider-üye etkileşimi ve demografik değişkenlere ait ilişkiler çarpıklık ve basıklık katsayı doğrultusunda Pearson Korelasyon kullanılarak hesaplanmıştır. Değişkenlere ait aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri korelasyon tablosunda sunulmuştur. Dönüşümcü liderlik davranışının dile getirme davranışı ve örgütsel aidiyet boyutları üzerinde etkisinin olup olmadığını belirlemek için regresyon analizi uygulanmıştır. Dile getirme davranışının örgütsel aidiyet algısı üzerindeki etkisinin olup olmadığını belirlemede de regresyon analizi kullanılmıştır. Aynı zamanda hipotezlerin test edilmesinde hiyerarşik regresyon analizinden yararlanılmıştır.

Ö. Demirtaş

Araştırmada öncelikle dönüşümcü liderlik, dile getirme davranışı, örgütsel aidiyet ve lider-üye etkileşimi arasındaki ilişki düzeyini belirleyen korelasyon analizi yapılmıştır. Analize ilişkin sonuçlar Tablo 1’de gösterilmiştir.

Dönüşümcü liderlik davranışı, aidiyet algısı ($r=0,285$, $p<0,01$), dile getirme davranışı ($r=0,408$, $p<0,01$) ve lider-üye etkileşimi ($r=0,520$, $p<0,01$) ile pozitif yönde ilişkilidir. Bu sonuçlara göre, dönüşüm liderlik davranışı daha yüksek algılandıkça astların dile getirme davranışı ve örgütsel aidiyet algısının yükseleceği, ayrıca lider-üye etkileşiminin de artacağı söylenebilir.

Dile getirme davranışı ile örgütsel aidiyet ($r=0,427$, $p<0,01$) ve lider-üye etkileşimi ($r=0,711$, $p<0,01$) arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Dile getirme davranışının yüksek olduğu durumlarda astların örgütsel aidiyet algılarının ve lider-üye etkileşimlerinin artacağı görülmektedir. Aynı zamanda lider-üye etkileşimi ile örgütsel aidiyet algısı ($r=0,475$, $p<0,01$) arasında da pozitif yönde bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Bu durum astların lider-üye etkileşim düzeyi yükseldikçe örgütsel aidiyet algısı gösterme eğilimlerinin artacağını ifade etmektedir.

Dile getirme davranışının dönüşümcü liderlik ve örgütsel aidiyet algısı arasındaki ilişkiye aracılık gösterip göstermediğini belirlemek için Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen üç aşamalı yaklaşım ile hiyerarşik regresyon analizi uygulanmıştır. Bu doğrultuda bağımsız değişken (dönüşümcü liderlik) ile aracı değişken (dile getirme) arasındaki regresyon analizi sonucunda aralarında anlamlı bir etkinin olup olmadığına incelenmiştir. Daha sonra bağımsız değişken (dönüşümcü liderlik) ile bağımlı değişken (örgütsel aidiyet) arasında regresyon analizi sonucunda anlamlı bir etkinin varlığına bakılmıştır. Son aşamada ise aracı değişken (dile getirme) eklenerek bağımsız değişkenin (dönüşümcü liderlik) bağımlı değişken (örgütsel aidiyet) üzerindeki etkisinde azalmanın gerçekleşip gerçekleşmediği ya da tamamen etkinin ortadan kalkıp kalkmadığı test edilmiştir. Analize ilişkin bulgular Tablo 2’de gösterilmiştir.

Araştırmada son olarak dile getirme davranışı ile örgütsel aidiyet algısı ilişkisinde lider-üye etkileşiminin düzenleyici rolü incelenmiştir. Düzenleyici değişken (moderatör), bağımsız değişkenle bağımlı değişken arasındaki ilişkinin yönünü ve/veya gücünü etkileyen niteliksel (örn., cinsiyet, sınıf) veya niceliksel (örn., ödül düzeyi) bir değişken olarak tanımlanmaktadır (Baron ve Kenny, 1986:1174). Bir başka ifadeyle, düzenleyici değişken, bağımsız değişkenin bağımlı değişkenle hangi durumlarda ilişkili olduğunu belirlemektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018:292). Bağımsız değişken ile düzenleyici değişken çarpılarak etkileşim terimine ulaşılması ve anlamlı etkinin varlığını koruması söz konusu ise düzenleyici etkiden bahsedilebilir. Bu doğrultuda lider-üye etkileşiminin düzenleyici rolü olup olmadığını bulmak için hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına ilişkin bulgular Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 1. Değişkenlere Ait Ortalama, Std.Sapma ve Korelasyon Değerleri

	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	1	2	3	4
Dönüşümcü Liderlik	3,51	0,64	(0,85)			
Dile Getirme	3,29	0,82	0,408**	(0,76)		
Örgütsel Aidiyet	3,69	0,84	0,285**	0,427**	(0,90)	
Lider-üye Etkileşimi	5,10	1,29	0,520**	0,711**	0,475**	(0,92)

** $p<0,01$ (çift-yönlü)

Birinci hipotezde, dönüşümcü liderlik davranışının dile getirme davranışı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu varsayılmaktadır. Tablo 2’de dönüşümcü liderlik davranışının dile getirme davranışı üzerinde pozitif yönde ($\beta=0,41$, $p<0,001$) etkisinin olduğu belirlenmiştir. Varsayılan birinci hipotez kabul edilmiştir. İkinci hipotez, dönüşümcü liderlik davranışının örgütsel aidiyet algısı üzerinde pozitif etkisinin olduğuna yönelik varsayımı oluşturmaktadır. İkinci aşamada dönüşümcü liderlik davranışının örgütsel aidiyet algısı üzerinde pozitif yönde ($\beta=0,29$, $p<0,001$) bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Dönüşümcü liderlik davranışının örgütsel aidiyet algısı üzerinde etkisini varsayan ikinci hipotez kabul edilmiştir. Üçüncü hipotez, dile getirme davranışının örgütsel aidiyet algısı üzerindeki pozitif yönde ($\beta=0,43$, $p<0,001$) etkiye sahip olduğunu varsaymaktadır. Elde edilen bulgular sonucunda dile getirme davranışının örgütsel aidiyeti pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın üçüncü hipotezi de kabul edilmiştir.

Aracılık etkisini belirlemeye yönelik olarak dönüşümcü liderlik ve dile getirme davranışı birlikte analize dahil edilmiş ve örgütsel aidiyet algısı üzerindeki etkisine bakılmıştır. Aracı değişken olarak eklenen dile getirme davranışı analize dahil edildiğinde, dönüşümcü liderlik davranışının örgütsel aidiyet algısı üzerindeki etkisinin $\beta=0,29$ 'dan $\beta=0,13$ 'e düşmesi ve anlamlılığın ortadan kalkmasından dolayı tam aracılık etkisinden bahsedilebilir. Bu sonuç dile getirme davranışının dönüşümcü liderlikle örgütsel aidiyet algısı arasındaki ilişkiye tam aracılık ettiğini göstermektedir. Bir sonraki adımda aracı değişken olarak dile getirme davranışının dönüşümcü liderlik etkisini anlamlı olarak örgütsel aidiyet algısına taşımasında Sobel testi uygulanarak tespit edilmiştir. Analiz sonucunda aracı olarak dile getirme davranışının örgütsel aidiyet ($z= 2,47$, $p<0,01$) algısı için anlamlı olduğu bulunmuştur. İki uçlu Sobel testi için değer %95 güvenilirlik düzeyinde -1,96 ile +1,96 değerleri arasında yer almaktadır (Preacher ve Hayes, 2004:718). Bu durumda araştırmacının dördüncü hipotezi de kabul edilmiştir.

Son hipotezde dile getirme davranışı ile örgütsel aidiyet algısına yönelik ilişkide lider-üye etkileşiminin düzenleyici rolü incelenmiştir. Regresyon analizi uygulanmadan önce dile getirme davranışı ve lider-üye etkileşimi değişkenleri merkezleştirilmiştir. Modele dahil edilecek etkileşim terimine ise merkezleştirilen iki değişkenin çarpımı ile ulaşılmıştır. Regresyon analizine dahil edilen etkileşim terimi (dile getirme X lider-üye etkileşimi) sonucunda örgütsel aidiyet algısı üzerinde negatif yönde ve anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Bu doğrultuda dile getirme davranışı ile örgütsel aidiyet algısı ilişkisinde lider-üye etkileşiminin düzenleyici etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle araştırmacının beşinci hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 2. Aracılık Değişkeni İçin Regresyon Analizi

	Dile Getirme Davranışı		
	1. adım DL-DG (β)	2. adım DL-ÖA (β)	3. adım DL/DG-ÖA (β)
Bağımsız değişken			
Dönüşümcü Liderlik	0.408**	0.285**	0.133
Aracı			
Dile Getirme			0.373**
Adjusted R²	0.16	0.07	
F change	22.36**	9.90**	16.06**

**p<0.01

Not. DL= Dönüşümcü Liderlik, DG= Dile Getirme, ÖA= Örgütsel Aidiyet

Tablo 3. Düzenleyici Değişken İçin Regresyon Analizi

	Örgütsel Aidiyet	Adjusted R ²	ΔR^2	F change
Model 1	0.427**	0.18	0.18	24.95**
Dile Getirme				
Model 2				8.76**
Dile Getirme	0.179			
Lider-Üye Etkileşimi	0.348**	0.23	0.24	
Model 3	-0.100	0.23	0.25	1.36
Etkileşim Terimi (DG X LÜE)				

**p<0.01

Not. DG= Dile Getirme, LÜE= Lider-Üye Etkileşimi

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırma sonucuna göre astların motivasyonunu güçlendiren, daha yüksek misyon ve vizyon duygusu geliştiren aynı zamanda rol model davranışı sergileyen dönüşümcü liderlerin, astların örgüte yönelik aidiyet algısını pozitif yönde etkilediğini söyleyebiliriz. Turgut vd., (2012), Epitropaki, (2003), Lee vd., (2016), Allen vd., (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda da dönüşümcü liderlik davranışının örgütsel aidiyet algısı üzerinde etkisine ulaşılmıştır. Astların örgütsel aidiyet algısı üzerinde dönüşümcü liderlik davranışı pozitif yönde anlamlı bir etkide bulunurken bu ilişkiye dile getirme davranışı tam aracılık göstermektedir. Bu durum dönüşümcü liderlik davranışının örgütsel aidiyet algısı üzerindeki etkisini azaltmaktadır. Araştırmamızın incelediği değişken doğrultusunda örgütsel aidiyet algısı üzerinde sadece dönüşümcü liderlik davranışının etkili olmadığı bu modele dile getirme davranışının da aracılık gösterdiğini ifade edebiliriz. Svendsen ve Joensson (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da dönüşümcü liderliğin dile getirme üzerindeki etkisinde benzer sonuca ulaşılmıştır. Afsar vd., (2019), Liang vd., (2017), Deter ve Burris (2007) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise araştırmamızın aksine dönüşümcü liderliğin dile getirme davranışları ile anlamlı bir şekilde ilişkili olmadığı belirlenmiştir.

Ulaştığımız bir diğer sonuç ise astların kendi iş sorumlulukları ve yönetsel kararlara katılımlarda düşüncelerini belirtmeleri örgüte yönelik aidiyet algılarını güçlendireceği yargısıdır. Zhu ve arkadaşları (2015) ve Tian vd., (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmalarda ulaştığımız sonucu destekler nitelikte örgütsel aidiyet algısının çalışanın dile getirme davranışı ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Araştırmamızda dile getirme ile lider-üye etkileşimi arasında pozitif ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Botero ve Van Dyne (2009), Chan ve Yeung (2015), Wijaya (2019), Park ve Nawakitphaitoon (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre de dile getirme davranışının lider-üye etkileşimi (LMX) ile pozitif olarak ilişkili olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde lider-üye etkileşiminin örgütsel aidiyet ile pozitif olarak ilişkili olduğu sonucu Loi vd., (2014), Katrinli vd., (2008), Zhao vd., (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışma bulguları ile desteklenmektedir. Lider-üye etkileşimi ile dile getirme ve örgütsel aidiyet algısı arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olmasına rağmen dile getirme davranışı ile örgütsel aidiyet algısı arasındaki ilişkide lider-üye etkileşiminin düzenleyici role sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Literatür taraması incelendiğinde dönüşümcü liderlik davranışının örgütsel aidiyet algısı ve dile getirme davranışı ile ilişkisi incelenmesine rağmen, oluşturan araştırma modelinin daha önce uygulama bulmadığı görülmüştür. Ayrıca araştırmalarda örgütsel aidiyet algısının dile getirme davranışı ile ilişkisi ve örgütsel aidiyeti aracı değişken olarak kullanıldığı görülmüştür. Araştırmamızda daha öncede belirtildiği gibi literatürden farklı olarak dile getirme davranışının aracı role sahip olup olmadığına bakılmış ve dile getirme davranışının dönüşümcü liderlik davranışı ile örgütsel aidiyet algısı arasında tam aracılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Gelecek araştırmalar kapsamında, araştırma sonuçlarımızı destekleyecek daha geniş bir örneklem üzerinde incelemeler yapılarak dile getirme davranışının aracılık rolünde önemli bir paya sahip olup olmadığı incelenebilir. Ayrıca dile getirme davranışı ile örgütsel aidiyet algısı arasındaki ilişkide lider-üye etkileşiminin düzenleyici bir role sahip olmadığı görülmüştür. Lider-üye etkileşiminin dile getirme ve örgütsel aidiyet algısı ilişkisinde düzenleyici rolünün olup olmadığını gösteren bir araştırmanın literatürde yer almamasından dolayı gelecek araştırmalarda daha geniş bir örneklem üzerinde analiz yapılması, ulaştığımız sonuçtan farklı bir bulgu elde edebilme muhtemelinin oluşturmaktadır. Son olarak, araştırma verileri farklı sektörlerde ve işletmelerde faaliyet gösteren katılımcılardan oluşmadığı için karşılaştırma yoluna gidilememiştir. Bu nedenle daha sonra yapılacak araştırmalarda farklı sektörlerde çalışanlardan elde edilecek veriler ile kıyaslama yoluna gidilebilir.

KAYNAKÇA

- Afsar, B., Shahjehan, A., Shah, S. I. and Wajid, A. (2019). The Mediating Role of Transformational Leadership in the Relationship Between Cultural Intelligence and Employee Voice Behavior: A Case of Hotel Employees, *International Journal of Intercultural Relations*, 69, 66-75.
- Akdoğan, A. A. ve Köksal, O. (2014). Aidiyet Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisinde Yöneticiye Güvenin Aracılık Rolü, *Journal of Graduate School of Social Sciences*, 18(1), 25-43.
- Allen, G. W., Attoh, P. A. and Gong, T. (2017). Transformational Leadership and Affective Organizational Commitment: Mediating Roles of Perceived Social Responsibility and Organizational Identification, *Emerald Publishing Limited*, 13(3), 585-600.

- Alqatawenh, A. S. (2018). Transformational Leadership Style and Its Relationship with Change Management, *Business: Theory and Practice*, 19(1), 17-24.
- Arnold, K. A., Turner, N., Barling, J., Kelloway, E. K. and McKee, C. (2007). Transformational Leadership and Psychological Well-Being: The Mediating Role of Meaningful Work, *Journal of Occupational Health Psychology*, 12(3), 193-203.
- Avcı, U. ve Topaloğlu, C. (2009). Hiyerarşik Kademelere Göre Liderlik Davranışlarını Algılama Farklılıkları: Otel Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1), 1-20.
- Avey, J. B., Wernsing, T. S. and Palanski, M. E. (2012). Exploring the Process of Ethical Leadership: The Mediating Role of Employee Voice and Psychological Ownership, *Journal Business Ethics*, Vol. 107, 21-34.
- Baron, R. M. and Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Bass, B. M. (1990). From Transactional to Transformational Leadership: Learning to Share the Vision, *Organizational Dynamics*, 18(3), 19-31.
- Bass, B. M. (1999). Two Decades of Research and Development in Transformational Leadership, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8(1), 9-32.
- Bass, B. M. and Avolio, B. J. (1993). Transformational Leadership and Organizational Culture, *Public Administration Quarterly*, 17(1), 112-121.
- Bass, B. M. and Riggio, R. E. (2006). *Transformational Leadership*, Lawrence Erlbaum Associates, Second Edition, Inc. Publishers, London.
- Bass, B. M. and Steidlmeier, P. (1999). Ethics, Character, and Authentic Transformational Leadership Behavior, *Leadership Quarterly*, 10(2), 181-217.
- Bass, B. M., and Avolio, B.J. (1995). *Multifactor Leadership Questionnaire*, Palo Alto: Mind Garden.
- Boerner, S., Eisenbeiss, S. A., & Griesser, D. (2007). Follower Behavior and Organizational Performance: The Impact of Transformational Leaders, *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13(3), 15-26.
- Botero, I. C. and Van Dyne, L. (2009). Employee Voice Behavior Interactive Effects of LMX and Power Distance in the United States and Colombia, *Management Communication Quarterly*, 23(1), 84-104.
- Burch, T. C. and Guarana, C. L. (2015). The Comparative Influences of Transformational Leadership and Leader-Member Exchange on Follower Engagement, *Journal of Leadership Studies*, 8(3), 6-25.
- Chan, S. C. H. and Yeung, D. (2015). The Impact of Leader-Member Exchange (LMX) and Empowerment on Employee Voice Behavior, *Nang Yan Business Journal*, 4(1), 44-55.
- Chen, A. S. Y. and Hou, Y. H. (2016). The Effects of Ethical Leadership, Voice Behavior and Climates for Innovation on Creativity: A Moderated Mediation Examination, *The Leadership Quarterly*, 27(1), 1-13.
- Cheng, J. W., Chang, S. C., Kuo, J. H. and Cheung, Y. H. (2014). Ethical Leadership, Work Engagement, and Voice Behavior, *Industrial Management and Data Systems*, 114(5), 817-831.
- Cheng, J. W., Lu, K. M., Chang, Y. Y. and Johnstone, S. (2013). Voice Behavior and Work Engagement: The Moderating Role of Supervisor-Attributed Motives, *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 51(1), 81-102.
- Cropanzano, R. and Mitchell, M. S. (2005). Social Exchange Theory: An Interdisciplinary Review, *Journal of Management*, 31(6), 874-900.
- Dansereau Jr, F., Graen, G., & Haga, W. J. (1975). A Vertical Dyad Linkage Approach to Leadership within Formal Organizations: A Longitudinal Investigation of the Role Making Process, *Organizational Behavior and Human Performance*, 13(1), 46-78.
- Detert, J. R. and Burris, E. R. (2007). Leadership Behavior and Employee Voice: Is The Door Really Open?, *Academy of Management Journal*, 50(4), 869-884.
- Duan, J., Li, C., Xu, Y. and Wu, C. H. (2017). Transformational Leadership and Employee Voice Behavior: A Pygmalion Mechanism, *Journal of Organizational Behavior*, 38(5), 650-670.

- Effelsberg, D. and Solga, M. (2015). Transformational Leaders' In-Group versus Out-Group Orientation: Testing the Link Between Leaders' Organizational Identification, Their Willingness to Engage in Unethical Pro-Organizational Behavior, and Follower-Perceived Transformational Leadership, *Journal of Business Ethics*, 126(4), 581-590.
- Epitropaki, O. (2003). Transformational Leadership, Psychological Contract Breach and Organizational Identification, *Academy of Management Proceedings*, 2003(1), 1-6.
- Epitropaki, O. and Martin, R. (2005). The Moderating Role of Individual Differences in the Relation Between Transformational/Transactional Leadership Perceptions and Organizational Identification, *The Leadership Quarterly*, 16(4), 569-589.
- Ergin, D. Y. (1991). Örneklem, *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(3), 111-124.
- Fuller, J. B., Barnett, T., Hester, K., Relyea, C. and Frey, L. (2007). An Exploratory Examination of Voice Behavior from an Impression Management Perspective, *Journal of Managerial*, 19(1), 134-151.
- Fuller, J. B., Hester, K., Barnett, T., Frey, L., Relyea, C. and Beu, D. (2006). Perceived External Prestige and Internal Respect: New Insights into the Organizational Identification Process, *Human Relations*, 59(6), 815-846.
- Graen, G. B. (1976). *Role Making Processes within Complex Organizations*. In: M.D. Dunnette (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (pp. 1201-1245), Rand-McNally, Chicago.
- Graen, G., and Cashman, J. (1975). *A Role-Making Model of Leadership in Formal Organizations: A Developmental Approach*, In J. Hunt & L. Larson (Eds.), *Leadership frontiers*. Kent, OH: Kent State University Press
- Graham, J. W. and Van Dyne, L. (2006). Gathering Information and Exercising Influence: Two Forms of Civic Virtue Organizational Citizenship Behavior, *Employ Respons Rights Journal*, Vol. 18, 89-109.
- Gümüoğlu, L. and İlsev, A. (2009). Transformational Leadership, Creativity, and Organizational Innovation, *Journal of Business Research*, 62(4), 461-473.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 5. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık,
- Harris, K. J., Wheeler, A. R. and Kacmar, K. M. (2011). The Mediating Role of Organizational Job Embeddedness in the LMX–Outcomes Relationships, *The Leadership Quarterly*, 22(2), 271-281.
- Hemsworth, D., Muterera, J. and Baregheh, A. (2013). Examining Bass's Transformational Leadership In Public Sector Executives: A Psychometric Properties Review, *The Journal of Applied Business Research*, 29(3), 853-862.
- Hsiung, H. H. (2012). Authentic Leadership and Employee Voice Behavior: A Multi-Level Psychological Process, *Journal of Business Ethics*, 107, 349-361.
- Hu, D., Zhang, B. and Wang, M. (2015). A Study on the Relationship among Transformational Leadership, Organizational Identification and Voice Behavior, *Journal of Service Science and Management*, 8(1), 142-148.
- Hu, Y., Zhu, L., Zhou, M., Li, J., Maguire, P., Sun, H. and Wang, D. (2018). Exploring the Influence of Ethical Leadership on Voice Behavior: How Leader-Member Exchange, Psychological Safety and Psychological Empowerment Influence Employees' Willingness to Speak Out, *Ethical Leadership and Voice Behavior*, Vol. 9, 1718.
- Hu, Y.Y., Parker, S. H., Lipsitz, S. R., Arriaga, A. F., Peyre, S. E., Corso, K. A., Roth, E. M., Yule, S. J. and Greenberg, C. C. (2016). *Journal of the American College of Surgeons*, 222(1), 41-51.
- Hui, C., Lee, C. and Wang, H. (2015). Organizational Inducements and Employee Citizenship Behavior: The Mediating Role of Perceived Insider Status and the Moderating Role of Collectivism, *Human Resource Management*, 54(3), 439-456.
- Humphrey, A. M. (2012). *Transformational Leadership and Organizational Citizenship Behaviors: The Role of Organizational Identification*, A Thesis Defense, Emporia State University
- Islam, T., Ahmed, I. and Ali, G. (2019). Effects of Ethical Leadership on Bullying and voice Behavior among Nurses, *Leadership in Health Services*, 32(1), 2-17.

- Kark, R., Shamir, B. and Chen, G. (2003). The Two Faces of Transformational Leadership Empowerment and Dependency, *Journal of Applied Psychology*, 88(2), 246-255.
- Katrinli, A., Atabay, G., Günay, G. and Güneri, B. (2008). Leader–Member Exchange, Organizational Identification and the Mediating Role of Job Involvement for Nurses, *Jan Leading Global Nursing Research*, 64(4), 354-362.
- Kirkman, B. L., Chen, G., Farh, J. L., Chen, Z. X. and Lowe, K. B. (2009). Individual Power Distance Orientation and Follower Reactions to Transformational Leaders: A Cross-Level, Cross-Cultural Examination, *Academy of Management Journal*, 52(4), 744-764.
- Knoll, M. and Van Dick, R. (2013). Authenticity, Employee Silence, Prohibitive Voice, and the Moderating Effect of Organizational Identification, *The Journal of Positive Psychology*, 8(4), 346-360.
- Le Blanc, P. M. and González-Romá, (2012). A Team Level Investigation of the Relationship between Leader–Member Exchange (LMX) Differentiation, and Commitment and Performance, *The Leadership Quarterly*, 23(3), 534-544.
- Lee, K. M., Choo, S. G. and Jeon, S. G. (2016). The Influence of Transformational Leadership on Unethical Pro-Organizational Behavior-Mediating Effect of Organizational Identification, *Journal of Digital Convergence*, 14(2), 83-98.
- Li, Y. and Sun, J. M. (2015). Traditional Chinese Leadership and Employee Voice Behavior: A Cross-Level Examination, *The Leadership Quarterly*, 26(2), 172-189.
- Liang, T. L., Chang, H. F., Ko, M. H. and Lin, C. W. (2017). Transformational Leadership and Employee Voices in the Hospitality Industry, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 374-392.
- Liden, R. C. and Maslyn, J. M. (1998). Multidimensionality of Leader-Member Exchange: An Empirical Assessment through Scale Development, *Journal of Management*, 24(1), 43-72.
- Liu, S. M. and Liao, J. Q. (2013). Transformational Leadership and Speaking Up: Power Distance and Structural Distance as Moderators, *Social Behavior and Personality*, 41(10), 1747-1756.
- Liu, W., Zhu, R. and Yang, Y. (2010). I Warn You Because I Like You: Voice Behavior, Employee Identifications, and Transformational Leadership, *The Leadership Quarterly*, 21(1), 189-202.
- Loi, R., Chan, K. W. and Lam, L. W. (2014). Leader–Member Exchange, Organizational Identification, and Job Satisfaction: A Social Identity Perspective, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 87(1), 42-61.
- Mael, F. and Ashforth, B.E. (1992). Alumni and Their Alma Mater: A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification, *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123.
- Martin, R. and Epitropaki, O. (2001). Role of Organizational Identification on Implicit Leadership Theories (ILTs), Transformational Leadership and Work Attitudes, *Group Processes and Intergroup Relations*, 4(3), 247-262.
- Moriano, J. A., Molero, F., Topa, G. and Mangin, J.P.L. (2014). The Influence of Transformational Leadership and Organizational Identification on Intrapreneurship, *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 10, 103-119.
- Morrison, E. W. (2014). Employee Voice and Silence, *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, Vol.1, 173-197.
- Morrison, E. W. and Wheeler-Smith, S. L. (2011). Speaking Up in Groups: A Cross-Level Study of Group Voice Climate and Voice, *Journal of Applied Psychology*, 96(1), 183-191.
- Ng, T. W. H. and Feldman, C. (2012). Employee Voice Behavior: A Meta-Analytic Test of the Conservation of Resources Framework, *Journal of Organizational Behavior*, 33(2), 216-234.
- Northouse, P. G. (2015). *Leadership: Theory and Practice*, New York: Sage
- Omarov, A. (2009). Örgütsel Güven ve İş Doyumu: Özel Bir Sektörde Uygulama, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Park, J. Y. and Nawakitphaitoon, K. (2018). The Cross-Cultural Study of LMX and Individual Employee Voice: The Moderating Role of Conflict Avoidance, *Human Resource Management Journal*, 28(1), 14-30.

- Preacher, K. and Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS Procedures for Estimating Indirect Effects in Simple Mediation Models, *Behavior Research Methods, Instruments, and Computers*, 36(4), 717-731.
- Qi, Y. and Ming-Xia, L. (2014). Ethical Leadership, Organizational Identification and Employee Voice: Examining Moderated Mediation Process in the Chinese Insurance Industry, *Asia Pacific Business Review*, 20(2), 231-248.
- Raub, S. and Robert, C. (2012). Empowerment, Organizational Commitment, and Voice Behavior in the Hospitality Industry: Evidence from a Multinational Sample, *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(2), 136-148.
- Shin, S. J. and Zhou, J. (2003). Transformational Leadership, Conservation, and Creativity: Evidence from Korea, *The Academy of Management Journal*, 46(6), 703-714.
- Stamper, C. L. and Materson, S. S. (2002). Insider or Outsider? How Employee Perceptions of Insider Status Affect Their Work Behavior, *Journal of Organizational Behavior*, 23(8), 875-894.
- Stone, A. G., Russell, R. F. and Patterson, K. (2004). Transformational Versus Servant Leadership: a Difference in Leader Focus, *The Leadership and Organization Development Journal*, 25(4), 349-361.
- Svendsen, M. and Joensson, T. M. (2016). Transformational Leadership and Change Related Voice Behavior, *The Leadership and Organization Development Journal*, 37(3), 357-368.
- Tangirala, S. and Ramanujam, R. (2008). Exploring Nonlinearity in Employee Voice: The Effects of Personal Control and Organizational Identification, *Academy of Management Journal*, 51(6), 1189-1203.
- Tian, Q., Hu, Y. and Cheng, K. (2018). Servant Leadership and Voice Behavior: Organizational Identification as a Mediator, *Advances in Intelligent Systems Research*, In *2018 International Conference on Information Technology and Management Engineering* 148, 126-128.
- Töremen, F. ve Yasan, T. (2010). İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Dönüşümcü Liderlik Özellikleri (Malatya İli Örneği), *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(28), 27-39.
- Tracey, J. B. and Hinkin, T. R. (1998). Transformational Leadership or Effective Managerial Practices?, *Group and Organization Management*, 23(3), 220-236.
- Turgut, H., Tokmak, İ. and Güçel, C. (2012). The Effect of Transformational Leadership on Organizational Identification and Perceived Corporate Reputation: A University Sample, *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 4(2), 245-254.
- Turner, N., Barling, J., Epitropaki, O., Butcher, V. And Milner, C. (2002). Transformational Leadership and Moral Reasoning, *Journal of Applied Psychology*, 87(2), 304-311.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*, 4. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Van Dyne, L. and LePine, J. A. (1998). Helping and Voice Extra-Role Behaviors: Evidence of Construct and Predictive Validity, *The Academy of Management Journal*, 41(1), 108-119.
- Van Knippenberg, D., Van Knippenberg, B., De Cremer, D. and Hogg, M.A. (2004). Leadership, Self, and Identity: A Review and Research Agenda, *The Leadership Quarterly*, 15(6), 825-856.
- Vondey, M. (2010). The Relationships among Servant Leadership, Organizational Citizenship Behavior, Person-Organization Fit, and Organizational Identification, *International Journal of Leadership Studies*, 6(1), 3-27.
- Walumbwa, F. O. and Schaubroeck, J. (2009). Leader Personality Traits and Employee Voice Behavior: Mediating Roles of Ethical Leadership and Work Group Psychological Safety, *Applied Psychology*, 94(5), 1275-1286.
- Walumbwa, F. O., Avolio, B. J. and Zhu, W. (2008). How Transformational Leadership Weaves Its Influence On Individual Job Performance: The Role of Identification and Efficacy Beliefs, *Personnel Psychology*, 61(4), 793-825.
- Wang, A. C., Hsieh, H. H., Tsai, C. Y. and Cheng, B. S. (2011). Does Value Congruence Lead to Voice? Cooperative Voice and Cooperative Silence under Team and Differentiated Transformational Leadership, *The International Association for Chinese Management Research*, 8(2), 341-370.
- Wang, B., Qian, J., Ou, R., Huang, C., Xu, B. and Xia, Y. (2016). Transformational Leadership and Employees' Feedback Seeking: The Mediating Role of Trust In Leader, *Social Behavior And Personality*, 44(7), 1201-1208.

- Wang, D., Gan, C. and Wu, C. (2016). LMX and Employee Voice A: Moderated Mediation Model of Psychological Empowerment and Role Clarity, *Personnel Review*, 45(3), 605-615.
- Wang, H., Law, K. S., Hackett, R. D., Wang, D. and Chen, Z. X. (2005). Leader-Member Exchange as a Mediator of The Relationship between Transformational Leadership and Followers' Performance and Organizational Citizenship Behavior, *Academy of Management Journal*, 48(3), 420-432.
- Wang, L., Chu, X. and Ni, J. (2010). Leader-Member Exchange and Organizational Citizenship Behavior: A New Perspective from Perceived Insider Status and Chinese Traditionality, *Frontiers of Literary Studies in China*, 4(1), 148-169.
- Wang, P. and Rode, J.C. (2010). Transformational Leadership and Follower Creativity: The Moderating Effects of Identification with Leader and Organizational Climate, *Human Relations*, 63(8), 1105-1128.
- Wijaya, N. H. S. (2019). Proactive Personality, LMX, and Voice Behavior: Employee–Supervisor Sex (Dis)similarity as a Moderator, *Management Communication Quarterly*, 33(1), 86-100.
- Wong, C. A., Laschinger, H. K. S. and Cummings, G. G. (2010). Authentic Leadership and Nurses' Voice Behaviour and Perceptions of Care Quality, *Journal of Nursing Management*, 18(8), 889-900.
- Wright, J.D. (2015). *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, Elsevier, 2nd edition, Vol. 13, Amsterdam.
- Zhao, H., Kessel, M. and Kratzer, J. (2013). Supervisor–Subordinate Relationship, Differentiation, and Employee Creativity: A Self-Categorization Perspective, *The Journal of Creative Behavior*, 48(3), 165-184.
- Zhao, H., Liu, W., Li, J. and Yu, X. (2019). Leader–Member Exchange, Organizational Identification, and Knowledge Hiding: The Moderating role of Relative Leader–Member Exchange, *Journal of Organizational Behavior*, 40(7), 834-848.
- Zhu, W., He, H., Treviño, L. K., Chao, M. M. and Wang, W. (2015). Ethical Leadership and Follower Voice and Performance: The Role of Follower Identifications and Entity Morality Beliefs, *The Leadership Quarterly*, 26(5), 702-718.
- Zhu, W., Sosik, J. J., Riggio, R. E. and Yang, B. (2012). Relationships between Transformational and Active Transactional Leadership and Followers' Organizational Identification: The Role of Psychological Empowerment, *Institute of Behavioral and Applied Management*, 13(3), 186-212.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş:15.04.2021 ✓Accepted/Kabul:07.05.2021

DOI:10.30794/pausbed.916345

Araştırma Makalesi/ Research Article

Baynal Doğan, T. G., Demirtaş, Ö., Altinkaynak, S. K. ve Doğan, S. (2021). "Yoksullukla Mücadelede Bir Kamu Politikası Olarak Bütünleşik Sosyal Yardım Sistemi" *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 47, Denizli, ss. 391-401.

LİDERE GÜVEN ARACI ROLDE İKEN ETİK LİDERLİĞİN İŞE ADANMIŞLIK ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ÖZ-YETERLİLİĞİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ

Tuğba Gül BAYNAL DOĞAN*, Özgür DEMİRTAŞ**, Seyfettin Kaan ALTINKAYNAK***, Sermed DOĞAN****

Öz

Örgütlerin pozitif liderlik tarzları ile yönetilmesinin örgütler için stratejik önem arz eden işe adanmışlığı daha fazla gündeme getireceği aşikardır. Örgütlerde güven ortamının oluşmasını sağlayan etik liderlik davranışlarının mevcudiyeti ile çalışanların işe adanma seviyeleri de yükselmektedir. Örgütsel etkilerin yanı sıra çalışanların öz yeterlilik gibi kişisel özelliklerinin de işe adanma seviyelerini etkilediği literatürde kanıtlanmıştır. Bu bağlamda çalışma kapsamında lidere güven aracı rolde yer alan etik liderliğin işe adanmışlık üzerindeki etkisi incelenecektir. Aynı zamanda bu ilişkide öz yeterliliğin düzenleyici rolü araştırılacaktır. Amaç doğrultusunda Kayseri sanayisinde çalışan 365 personel üzerinde anket yöntemi kullanılarak veriler toplanmıştır. Araştırma sonucunda etik liderliğin işe adanmışlık üzerindeki etkisinde lidere güven kısmı aracılık etkisine sahip iken, öz yeterliliğin düzenleyici rolde yer aldığı saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etik Liderlik, İşe Adanmışlık, Lidere Güven, Öz yeterlilik.

THE EFFECT OF ETHICAL LEADERSHIP ON WORK ENGAGEMENT WHEN TRUST IN LEADER IS IN MEDIATING ROLE: MODERATING ROLE OF SELF-EFFICACY

Abstract

It is obvious that managing organizations with positive leadership styles will bring more commitment to work, which is strategically important for organizations. With the existence of ethical leadership behaviors that create an atmosphere of trust in organizations, the level of commitment of employees to work increases. It has been proven in the literature that besides organizational effects, employees' personal characteristics such as self-efficacy also affect their level of commitment to work. In this context, the effect of ethical leadership on commitment to work will be examined while taking a mediating role trust in leader. At the same time, the moderator role of self-efficacy in this relationship will be explored. For the purpose, data were collected by using a survey method on 365 personnel working in Kayseri industry. As a result of the research, it was determined that trust in the leader has a partial mediating effect on the effect of ethical leadership on commitment to work, while self-efficacy has a regulatory role.

Keywords: Ethical Leadership, Work Engagement, Trust in Leader, Self-Efficacy.

*Doktora Öğrencisi, Kayseri Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, KAYSERİ.

e-posta: baynaltugba@gmail.com, (<https://orcid.org/0000-0002-2832-3157>)

** Doç. Dr., Kayseri Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, KAYSERİ.

e-posta: demirtasozgur@yahoo.com, (<https://orcid.org/0000-0002-2495-2124>)

*** Öğr. Gör., Kayseri Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, KAYSERİ.

e-posta: altinkaynak@kayseri.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-1967-303X>)

**** Öğr. Gör., Kayseri Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, KAYSERİ.

e-posta: sermeddogan@kayseri.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0001-8782-7227>)

GİRİŞ

İnsan faktörünün işletmeler için ciddi önem arz ettiği günümüz piyasasında işletmeler çalışanların duygu ve düşüncelerine daha fazla dikkate alır hale gelmiştir. Özellikle çalışanların iş performansını doğrudan etkileyecek konularda iyileştirmeler yapmak için nitelikli bir yönetim anlayışının geliştirilmesi örgüt performansını gözle görülür derecede artıracaktır. Bu düşünce ile örgütlerin öncelikli hedefi çalışanların işe adanması ve bu doğrultuda yüksek çaba, zihinsel esneklik ve tam konsantrasyon ile prososyal davranışlar sergilemesini sağlamak haline gelmiştir. Örgütlerin çalışanlar nezdinde bu adanmışlığı sağlaması için güven verici bir liderlik tarzının örgüt içerisinde benimsenmesi önemli kriter haline almıştır. Çalışanların lidere duyduğu güven aracılığıyla adanmışlığının sağlanmasında örgüt içerisinde bürokrasi ve yasal otoriteden ziyade inanç, değer, duygu ve güven temeline kurulu bir liderlik tarzı olan etik liderliğin benimsenmesi örgütler için doğru bir hamle olacaktır.

Etik liderlerin örgüt içerisinde astlarına tavsiye olarak sunduğu ve doğru olduğunu düşündüğü fikirleri sadece astlarından beklemeyip bizzat eyleme dökmesiyle çalışanlar üzerinde oluşturduğu güven, astların bir işi yapabileceğine inançlarına da katkıda bulunmaktadır. İş yaşamında doğru davranışı liderlerinin davranışlarıyla öğrenen astlar iş performansları konusunda kaygılı olmaktan ziyade doğruyu yapabileceğine inançları güçlenmektedir. Etik davranışlar sergileyen liderleri sayesinde öz-yeterlilik algıları gelişen astların işe adanma ihtimalleri de daha yüksek olacaktır.

Örgütler nezdinde oldukça önemli performans çıktılarını imkan veren etik liderlik ile çalışmanın değişkenlerini oluşturan işe adanmışlık (Den Hartog ve Belschak, 2012; Engelbrecht vd., 2014; Demirtaş, 2015; Demirtaş, 2017; Hoch vd. 2018), lidere güven (Van den Akker vd., 2009; Kalshoven vd., 2011; Engelbrecht vd., 2015; Mo ve Shi, 2017) ve öz-yeterlilik (Eden ve Aviram, 1993; Walumbwa vd., 2011; Ren ve Chadee, 2017) ile bağdaştırılmış literatürde pek çok çalışma mevcuttur. Ancak etik liderliğin işe adanmışlık üzerindeki etkisinde lidere duyulan güveni aracı rolde, öz-yeterliliği ise düzenleyici rolde ele alan çalışma bulunmamaktadır. Bu bağlamda literatürdeki boşluğu gidermeyi amaçlayan ilk çalışma olması bağlamında önem arz etmektedir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ

1.1. Etik Liderlik ve İşe Adanmışlık Arasındaki İlişki

İşe adanmışlık “enerji, adanma ve özümseme” alt boyutlarından oluşan işle ilgili olumlu ve tatminkar bir zihinsel durum olarak tanımlanır. İşe adanmışlığın ilk alt boyutu olan enerji çalışma esnasında yüksek seviyede çaba ve zihinsel esneklik, iş arkadaşlarına yardım etme istekliliği, zorluklara karşı sebat etme ile karakterize edilirken, ikinci boyut olan adanma; coşku, ilham, gurur ve mücadele etme duyguları ile nitelenir. Özümseme boyutu ise çalışanın işine tam anlamıyla konsantre olması ve mutlu bir şekilde kendini işine vermesi özelliklerini taşır (Schaufeli ve Bakker, 2004:295).

Literatürde tükenmişlik kavramının zıttı olarak addedilen işe adanmışlık (Hakanen vd., 2006; Bakker ve Demerouti, 2008; Bakker vd., 2008; Bakker vd., 2011) kısa süreli ve spesifik bir durumdan ziyade belirli bir olaya, nesneye, davranışa veya bireye odaklanmayan; uzun süreli ve yaygın olan duygusal-bilişsel bir durumu ifade etmektedir (Schaufeli vd., 2006: 702). Örgütler için her geçen gün önem arz eder hale gelen ve son yıllarda literatürde daha sık ele alınan işe adanmış çalışanlar iş performansı ve önemli becerilere sahip personelin kaybedilmemesi gibi pozitif çıktılar sağlayan, her türlü örgüt için stratejik bir değerdir (Mitonga-Monga vd., 2016:327).

Çalışanlar liderleri tarafından adil ve saygılı bir muamele gördüklerinde sosyal mübadele bakımından lideri ile olumlu ilişkiler kurması muhtemeldir (Engelbrecht vd., 2017:3). Bu olumlu ilişkilerin sonucunda astların örgütsel performansa katkı ve iş ortamında lidere fayda sağlayacak isteğe bağlı davranışlar sergileyerek karşılık vermesini içeren karşılık normunu benimsemesi bakımından etik liderlik ile işe adanmışlık arasındaki ilişki sosyal mübadele teorisine dayanmaktadır (Velez ve Neves, 2018:664; Walumbwa vd., 2011:205, Brown ve Treviño, 2006:607). Bu ilişkide etik liderler astların işi iyi bir şekilde yerine getirmesi için gerekli bilgi ve eğitimi sağlamala birlikte (Engelbrecht vd., 2014:2-3) astlarını şeffaf ve çift yönlü iletişimle desteklenmiş bir şekilde karar süreçlerine dahil ederek astların işe adanma ihtimalini güçlendirir (Ahmad ve Gao, 2018:1993).

Literatürde yapılan çalışmalarda astlar liderlerinin davranışlarını etik olarak algıladıklarında daha yüksek düzeyde işe adanma eğiliminde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla etik liderlik ile işe adanma arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir (Den Hartog ve Belschak, 2012; Engelbrecht vd., 2014; Demirtaş, 2015; Demirtaş, 2017; Hoch vd. 2018). Aktarılan teorik bilgiler ve literatürdeki araştırma bulguları ışığında çalışma hipotez şu şekilde geliştirilmiştir:

Hipotez 1: Etik liderlik işe adanmışlık üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

1.2. Etik Liderlik ve Lidere Güven Arasındaki İlişki

Küreselleşme ve sanal iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı dönüşümler neticesinde yeni kuşak çalışanlar artık daha esnek çalışma tarzlarını benimsemekte ve katılımcı bir yaklaşımla örgüt hedeflerine ulaşılmasını önemli görmektedir. Bu kapsamda arzuladıkları liderlik türünde de bürokratik ve yasal otoriteden çok değer, inanç, duygu ve güven temelli yeni bir liderlik tarzını aramaktadırlar. Yani aradıkları liderlik türünde temel güç ve etki kaynağı ahlaki ve etik davranışlara dayanmaktadır (Demirtaş ve Karaca, 2020:66). Çalışanların beklentilerindeki ahlaki ve etik davranışlara yönelimini kapsayan bireysel etkenlerin yanı sıra Enron, Ulusal İrlanda Bankası gibi etik dışı kurumsal skandalların da etkisiyle iş etiği ve etik liderlik kavramı akademisyenler, uygulayıcılar, düzenleyiciler ve hükümetler tarafından da önemsenir hale gelmiştir (Demirtaş, 2015:273).

Son yıllarda literatürde sıkça anılan etik liderlik, kişisel eylemler ve kişilerarası ilişkiler yoluyla liderin normatif olarak uygun davranış sergilemesi ve bu tür davranışların iki yönlü iletişim, destek ve karar verme gibi yöntemlerle astlara aktarılmasıdır (Brown vd., 2005:120). Bahsi geçen normatif olarak uygun hareket etme, liderin içinde bulunduğu örgütsel duruma göre değişiklik gösteren beklentiler ile tutarlı bir şekilde hareket etmesidir. Normatif olarak uygun hareket eden etik liderler özellikle kendi eylemlerine ilişkin sorumluluk almada adil, dürüst, ilkeli ve güvenilir olan, aynı zamanda uygun eylemlerde astlara sorumluluk vererek gerekli hallerde ödül ve ceza sistemini devreye sokan liderler olarak nitelendirilir (Piccolo vd., 2010:261).

Etik liderler aynı zamanda yapılmasını öğütledikleri davranışları sadece tavsiye niteliğinde bırakmayarak kendileri de uygulaması sebebiyle astları için aynı zamanda proaktif bir rol model vazifesi görürler (Brown ve Trevino, 2006:597). Rol modellemeye özgü liderlik davranışları olan etik liderlik bu yönüyle sosyal öğrenme teorisi temeline inşa edilmiştir (Brown vd. 2005:119; Brown ve Trevino, 2006:596; Wang vd., 2015:752; Jordan vd., 2013:662).

Etik liderlerin bahsedilen dürüstlük, güvenilirlik, adillik, söylemleri ve davranışları arasında tutarlılık gibi özellikleri sebebiyle örgüt içinde ve dışında güven teşkil eden bir profil sergiledikleri aşikardır. Örgüt içerisinde güven liderlik eylemlerinin algılanan adilliği ile ilgilidir. Özellikle çalışanların lidere olan güveni, örgütsel uygulamalarda ya da kararlarda algılanan dürüstlük ve adalet düzeyinden etkilenir (Ferrin ve Dirks, 2002:614). Etik liderler ise adil ve dengeli kararlar veren, dürüst, ilgili ve ilkeli bireyler olarak karakterize edilmeleri (Brown ve Trevino, 2006:597) sebebiyle astların özellikle lidere güven duymasında bu özellikler temel oluşturur.

Astlar lidere güvendiğinde, haklarının ve çıkarlarının kötüye kullanılmayacağından emin olarak liderin davranışlarına karşı savunmasız bir şekilde yaklaşır (Hassan ve Ahmed, 2011:165). Bu sebeple liderler örgüt içinde ve dışında etik ilkelere dikkat ederek astlarına bunu aktardığında, astlarda lidere karşı güven duygusu gelişmesi ön görülmektedir. Çalışanların etik liderlik algılarının lidere olan güvenlerini etkilediği literatürde bazı çalışmalarda gözlemlenmiştir (Van den Akker vd., 2009; Engelbrecht vd., 2014; Kalshoven vd., 2011; Mo ve Shi, 2017). Buna dayanarak araştırmanın ilk hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

Hipotez 2: Etik liderlik lidere güven üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

1.3. Etik Liderlik ve İşe Adanmışlık Arasındaki İlişkide Lidere Güvenin Aracılık Rolü

Dönüşümcü, otantik, hizmetkar ve etik liderlik gibi çeşitli değer temelli liderlik tarzları güven ile bağlantılıdır. Özellikle etik liderlik de liderin güvenilirliği ve astları üzerinde olumlu etki yaratabilme yeteneği kritik öneme sahiptir. Etik liderliğin bu özelliklerinin, lider ve astları arasındaki güven üzerinde önemli bir etkisi olması muhtemeldir (Engelbrecht vd., 2015:2). Kişilerarası etkileşimin güvene dayanması ile birlikte güven sosyal değişim

ilişkilerinin gelişmesi için ortam hazırlamakta ve böylece taraflardan her biri diğerine güvenerek birbirine fayda sağlama amacı taşımaktadır (Hsieh ve Wang, 2015:2334). Örgütlerde sosyal değişim teorisi kapsamında astların fayda sağlama şekillerinden biri ise kendilerini işlerine adamalarıdır.

Bahsi geçen literatür ışığında liderlerin örgüt içinde ve dışında etik ilkelere bağlı kalması ve bunu astlarına yansıtması ile astları üzerinde bir güven inşa edeceği, bu güven temeline dayalı olarakta örgüt içerisinde çalışanların işe adanma davranışları sergileme eğiliminde olacağı öngörülmektedir. Literatürde farklı liderlik tarzları (dönüşümcü, otantik, hizmetkar) ile iş performansı (Zhu vd., 2013), örgütsel vatandaşlık davranışı (Podsakoff vd., 1990; Rubin vd., 2010), işe adanmışlık (Hassan ve Ahmed, 2011; Wang ve Hsieh, 2013), iş tatmini (Chan ve Mark, 2014) gibi işle ilgili çeşitli sonuçlar üzerinde lidere güvenin aracı rol oynadığı çalışmalar mevcuttur. Çalışma kapsamında ise etik liderliğin işe adanmışlık üzerindeki etkisinde lidere güvenin aracılık rolü incelemek amacıyla aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

Hipotez 3: Etik liderliğin işe adanmışlık üzerindeki etkisinde lidere güven aracı rol oynar.

1.4. Etik Liderlik ve İşe Adanmışlık Arasındaki İlişkide Özyeterliliğin Düzenleyici Rolü

Benzer çalışma ortamlarında çalışanların işe adanmışlık seviyelerinin farklılık gösterme sebepleri literatürde halen araştırılan bir konudur. Liderlik tarzı da etkilemekle birlikte bazı çalışanların kişisel özelliklerine bağlı olarak da diğer çalışanlardan daha fazla işe adanmış oldukları savunulmaktadır. İşe adanmışlığı etkileyen bu kişisel özelliklerden biri ise öz-yeterlilik (Chaudhary vd., 2013:92).

Sosyal bilişsel teori ve sosyal öğrenme teorisine dayanan öz-yeterlilik bir insanın belirli bir görevi başarılı bir şekilde yerine getirebilme inancıdır (Lunenburg, 2011:1). Öz-yeterlilik tamamıyla davranışla ilgili öngörüler değildir. Kesin olarak yapılacak şey değil; yapılabileceğine inanma gücüdür (Snyder ve Lopez, 2002:278). Yani kişinin öz-yeterlilik inancının yüksek olması kesin olarak o işi yapacağına delalet etmese de, bu konudaki performansını destekleyerek yapabilme ihtimalini güçlendirir. Literatürdeki çalışmalar sonucu öz-yeterlilik inancının, bireylerin davranışlarını, motivasyonları ve nihayetinde başarıları ve başarısızlıkları güçlü bir şekilde etkilediği kanısı da bu durumu destekler niteliktedir (Henson, 2001:3).

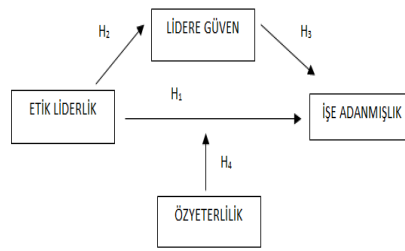
Bunun sebebi ise bireylerin olaylar karşısında nasıl bir davranış göstereceğinin, yetenekleri yönündeki inancının (öz-yeterlilik algısı) göz önüne alınarak tahmin edilmesinden kaynaklanmaktadır. Öz-yeterlilikleri hakkında şüphe duyan insanlar zorluklar karşısında daha az çaba göstermeye ya da zorlandıkları işi yapmaktan tamamen vazgeçme eğilimindedir. Güçlü yeterlilik duygusu olanlar ise zorlukların üstesinden gelebilmek için daha fazla çaba gösterirler (Bandura ve Schunk, 1981:587; Bandura, 1982:123). Bu bağlamda öz-yeterlilik algısı yüksek kişilerin karşılaştıkları sorumluluklar karşısında daha motive oldukları bunun sonucunda ise başarılı olma ihtimallerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

İşe adanmışlığı literatürde de bahsi geçtiği üzere doğrudan etkileyen etik liderler (Den Hartog ve Belschak, 2012; Engelbrecht vd., 2014; Demirtaş, 2015; Demirtaş, 2017; Hoch vd. 2018) karar verirken “Yapılacak doğru şey nedir?” sorgulamasını yapar ve çalışanların düşünmelerine yardımcı olarak, çalışanların kendi başlarına karar verirken kullanabilecekleri önemli becerilerin geliştirilmesine katkıda bulunur ve bu özellik çalışanlarda öz-yeterlilik inancını geliştirir (Walumbwa vd., 2011:206). Aynı zamanda literatürde birkaç ampirik çalışma, etik liderliğin öz-yeterliliği önemli ölçüde artırabileceği argümanını desteklemektedir (Eden ve Aviram, 1993; Walumbwa vd., 2011; Ren ve Chadee, 2017). Öz-yeterliliği aracı rolde incelerken çeşitli liderlik tarzları (dönüşümcü liderlik, etik liderlik) ile ilişkilendiren pek çok çalışma da literatürde mevcuttur (Walumbwa vd., 2005; Munir ve Nielsen, 2009; Salanova vd., 2011). Fakat öz-yeterliliği düzenleyici rolde liderlik ile ilişkilendirerek kullanan çalışma sayısı sınırlıdır (Demir, 2008b: 103; Jaiswal ve Dhar, 2016). Bu teorik temele dayanarak çalışma kapsamında etik liderlik ve işe adanmışlık arasında öz yeterliliğin aracı role sahip olacağı öngörülmektedir. Bu bağlamda literatür temeline dayandırarak bu boşluğu doldurmak amacıyla aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

Hipotez 4: Etik liderliğin işe adanmışlık üzerindeki etkisinde öz-yeterlilik düzenleyici rol oynar.

Sunulan kavramsal çerçeve ışığında araştırma hipotezlerini yansıtan model Şekil 1’de aktarılmıştır.

S. K. Altınkaynak, S. Doğan



Şekil 1: Araştırma Modeli

2. METODOLOJİ

Araştırma kapsamında elde edilen veriler SPSS 22.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Ölçeklere ait güvenilirlik düzeyleri, ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Çarpıklık ve basıklık katsayıları doğrultusunda Pearson Korelasyon analizi ile ölçeklere ait korelasyon analizi yapılmıştır. Hipotezlerin test edilmesinde regresyon ve hiyerarşik regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca çalışma kapsamında etik liderlik davranışları ile ilgili maddeler, aracı ve bağımsız değişkenlere ait ölçeklerden önce gelecek şekilde düzenlenerek ortak yöntem sapmasının minimum seviyede tutulması hedeflenmiştir (Podsakoff ve Organ, 1986:531). Araştırma bağlamında regresyon analizi ile ilgili diğer önemli nokta ise artık (residual) değerler arasında oto korelasyon olmaması zorunluluğudur. Otokorelasyon katsayısının hesaplanarak önemliliğinin test edilmesi, şayet önemli ise bertaraf edilmesi amacıyla (Nakip, 2003:164) en çok Durbin Watson testi kullanılmaktadır (Groebner ve Shannon, 1993:103). Bu bağlamda araştırma kapsamında regresyon analizlerinde Durbin-Watson testi yapılmış ve herhangi bir otokorelasyon sorunu tespit edilmemiştir.

2.1. Örneklem

Araştırma Kayseri sanayisinde çalışan kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılan 365 personel ile yüz yüze anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılanların %49.9'unun kadın, %51.1'inin erkek olduğu; katılımcıların yarısından fazlasının (%52.6) 30-39 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların yarıya yakını (%49.3) lisans mezunu iken, katılımcıların %29.6'sı 1-3 yıldır kurumda çalıştıkları gözlenmiştir.

2.2. Ölçekler

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket formu beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm katılımcıların demografik bilgilerini sorgularken, diğer bölümler çalışmanın hipotezlerinin analizi için geliştirilen, daha önce ulusal ve uluslararası birçok çalışmada kullanılarak geçerliliği ve güvenilirliği sağlanmış ölçeklerden oluşmaktadır.

Etik Liderlik Ölçeği: Brown ve diğerleri (2005) tarafından geliştirilen 10 soruluk ölçek kullanılmıştır. 5'li likert tipinde olan ölçeğin (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) çalışma kapsamında güvenilirliği (α) .96 olarak tespit edilmiştir.

İşe Adanmışlık Ölçeği: Katılımcıların işe adanmışlık düzeylerini ölçmek amacıyla Schaufeli vd. (2002) tarafından geliştirilen 17 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. 7'li likert tipi (1= Asla, 7= Her zaman) olan ölçeğin güvenilirlik düzeyi (α) .96 olarak saptanmıştır.

Özyeterlilik Ölçeği: Katılımcıların özyeterlilik algılarını ölçmek amacıyla Chen ve diğerleri tarafından 2001 yılında geliştirilen 5'li likert tipi (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) ölçek kullanılmıştır. 8 sorudan oluşan ölçeğin araştırma kapsamında güvenilirlik katsayısı (α) .94 olarak hesaplanmıştır.

Lidere Güven Ölçeği: Çalışmaya katılanların lidere güven düzeylerini sorgulamak için Podsakoff ve diğerleri (1990) tarafından geliştirilen 6 soruluk ölçek kullanılmıştır. Ölçek 7'li likert tipinde olup (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 7=Kesinlikle Katılıyorum), ölçekte yer alan 6. soru ters kodlanmıştır. Çalışma kapsamında ölçeğin güvenilirlik düzeyi (α) .71 değerini almıştır.

3. BULGULAR

Çalışma değişkenlerine ait ortalama, standart sapma ve korelasyon değerleri Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: Değişkenlere Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Analizi

	Ort	SS	EL	İA	LG	ÖY
Etik Liderlik	4.46	0.69	1			
İşe Adanmışlık	6.29	0.75	0.447**	1		
Lidere Güven	5.76	0.88	0.559**	0.530**	1	
Özyeterlilik	4.47	0.57	0.523**	0.524**	0.318**	1

** p< 0.01 ve (Çift Yönlü)

Tablo 1 incelendiğinde etik liderliğin işe adanmışlık ($r = 0.447$, $p < 0.01$), lidere güven ($r = 0.559$, $p < 0.01$) ve özyeterlilik ($r = 0.523$, $p < 0.01$) üzerinde anlamlı düzeyde pozitif ilişkiye sahip olduğu görülmüştür. İşe adanmışlığın lidere güven ($r = 0.530$, $p < 0.01$) ve özyeterlilik ($r = 0.524$, $p < 0.01$) ile; lidere güvenin ise özyeterlilik ($r = 0.318$, $p < 0.01$) ile pozitif yönde anlamlı düzeyde ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Hipotezlerin analizine yönelik yapılan regresyon analizleri Tablo 2 ve Tablo 3’de sunulmuştur. Birinci hipotez kapsamında etik liderliğin işe adanmışlık üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu varsayılmıştır. Tablo 2 incelendiğinde etik liderliğin işe adanmışlık üzerinde anlamlı pozitif bir etkiye ($\beta = 0,48$, $p < 0,01$) sahip olduğu saptanmıştır. Bu durumda birinci hipotez kabul edilmiştir. İkinci hipotezin ele aldığı etik liderliğin lidere güven üzerindeki varsayımı incelendiğinde anlamlı pozitif bir etki ($\beta = 0,56$, $p < 0,01$) olduğu görülmektedir. Bu bağlamda 2.hipotez de kabul edilmiştir.

Model kapsamında yer alan lidere güven değişkeninin etik liderliğin işe adanmışlık ile ilişkisine aracılık etme durumunu analiz etmek için kurulan dördüncü hipotez için yapılan çoklu regresyon analizinde lidere güven modele eklendiğinde; etik liderliğin işe adanmışlık üzerindeki etkisi $\beta = 0,48$ ($p < 0,01$) değerinden $\beta = 0,22$ değerine düşerek anlamlılığını korumaya devam etmektedir. Bu durumda etik liderliğin işe adanmışlık üzerindeki etkisinde lidere güvenin kısmi aracı etkisine sahip olduğu söylenebilir. Aracı değişken eklendiğinde bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkide meydana gelen düşüş ile meydana gelen aracılık etkisinin anlamlılığını ölçmek amacıyla yapılan Sobel testi sonucunda aracı olarak lidere güvenin ($z = 6,70$, $p < 0,05$) etik liderliğin işe adanmışlık ile ilişkisinde anlamlı olduğu bulunmuştur. İki uçlu Sobel testi için değer %95 güvenilirlik düzeyinde $-1,96$ ile $+1,96$ değerleri arasında yer almaktadır (Preacher ve Hayes, 2004:718). Dolayısıyla üçüncü hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 2: Aracı Değişkene Yönelik Regresyon Analizi

Değişkenler	Lidere Güven		
	Model 1 (β) EL-İA	Model 2 (β) EL-LG	Model 3 (β) EL/İA-LG
Etik Liderlik (EL)	0.447**	0.559**	0.219**
Lidere Güven (LG)			0.408**
Adjusted R ²	0.198	0.311	
F change	90.428**	164.772**	60.349**

**p<0.01

Çalışmanın düzenleyici değişkeninin analizini gerçekleştirerek beşinci hipotezi test etmek amacıyla Tablo 3 oluşturulmuştur. Regresyon analizi uygulanmadan önce dile getirme davranışı ve lider-üye etkileşimi değişkenleri merkezileştirilmiştir. Modele dahil edilecek etkileşim terimi ise merkezileştirilen iki değişkenin çarpımı ile ulaşılmıştır. Regresyon analizine dahil edilen etkileşim teriminin (Etik liderlik x Özyeterlilik) işe adanmışlık üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin ($\beta = 0,11$, $p < 0,05$) olduğu saptanmıştır. Bu durumda etik liderlik ile işe

adanma ilişkisinde özyeterliliğin düzenleyici rolü olduğunu söylemek mümkündür. Çalışmanın dördüncü hipotezi de kabul edilmiştir.

Tablo 3: Düzenleyici Değişkene Yönelik Regresyon Analizi

	İşe Adanmışlık	Adjusted R ²	ΔR ²	F change
Model 1				
Etik Liderlik (EL)	0.446**	0.197	0.199	90.027**
Model 2				
Etik Liderlik (EL)	0.243**	0.315	0.120	63.618**
Özyeterlilik (ÖY)	0.401**			
Model 3		0.323	0.10	5.429*
Etkileşim Terimi (EL X ÖY)	0.114*			

*p<0.05, **p<0.01

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Örgüt içinde pozitif liderlik davranışları sergileyerek astların performansını olumlu yönde etkileme özelliğine sahip etik liderlik, yaşanan etik dışı skandallar sonrası örgütlerde daha da önem verilen bir kavram haline almıştır. Örgütlerin yanı sıra literatürde de son yıllarda sıklıkla yer alan etik liderlik kavramının bir çok prososyal davranış üzerinde pozitif etki gösterdiği çalışmalarda kanıtlanmıştır. Literatürdeki diğer çalışmalar incelendiğinde örgütlerde etik liderlik davranışlarının çalışanların işe adanma seviyelerini artırdığı görülmüştür (Den Hartog ve Belschak, 2012; Engelbrecht vd., 2014; Demirtaş, 2015; Demirtaş, 2017; Hoch vd. 2018). Çalışmanın bulguları da bunu destekler niteliktedir. Etik liderlik ile çalışmanın aracı değişkenini oluşturan lidere güven arasındaki ilişki incelendiğinde örgütlerde etik liderlik davranışlarının çalışanların lidere duydukları güveni pozitif yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Literatür incelendiğinde Van den Akker ve arkadaşları (2009), Kalshoven ve arkadaşları (2011), Engelbrecht ve arkadaşları (2014) ile Mo ve Shi (2017)'nin araştırmaları da çalışmanın bulgularını destekler nitelikte etik liderliğin lidere güveni pozitif yönde etkilediği sonucunu elde etmişlerdir.

Çalışmanın önemli bir sonucu ise etik liderlik ile işe adanmışlık arasındaki ilişki de lidere güvenin kısmi aracılık etkisi olmuştur. Bu durumda etik liderliğin işe adanma konusunda tek kriter olmadığı, çalışanların liderlerine duydukları güvenin de işe adanma seviyelerini etkilediğini söylemek mümkündür. Çalışmanın kayda değer diğer bir sonucu ise etik liderliğin işe adanma ile ilişkisinde yeterliliğin düzenleyici role sahip olmasıdır. Bu durumda etik liderlik ile işe adanmışlık arasındaki ilişkinin öz yeterlilik tarafından biçimlendiği söylenebilir.

Örgütlere Yönelik Öneriler

Çalışma kapsamında lidere güven aracı ve öz yeterlilik düzenleyici rolde iken etik liderliğin işe adanmışlık üzerindeki etkileri incelendiğinde sektörde yer alan örgütlere yönelik önemli çıktılar elde edilmiştir. Örgütlerde liderler etik liderlik özellikleri sergilediklerinde çalışanlarının işe adanma düzeylerinin arttığı literatürde de pek çok kez kanıtlanan bir sonuçtur. Buna ek olarak etik liderler çalışanların duygularını ve kişisel özelliklerini de dikkate aldığına çalışanların işe adanma seviyelerinin daha yüksek olacağını çalışma sonucuna binaen söylemek mümkündür. Bu bağlamda örgütlerde çalışanların işe adanma seviyelerini artırarak örgüt yararına fayda sağlamak için liderler pozitif liderlik özelliklerinden biri olan etik liderlik özelliği taşımasının yanı sıra astlarının duygu ve düşüncelerini de önemsemeleri çalışma kapsamında önerilmektedir. Aynı zamanda işe adanma seviyelerinin arttırılması için astların kişilik özelliklerinden olan öz yeterliliğin de liderlerce dikkate alınması tavsiye edilmektedir.

Kısıtlar ve Gelecek Çalışmalara Öneriler

Çalışma kapsamında zaman kısıtı nedeniyle tek sektör üzerinde araştırma yapılmıştır. Literatürün zenginleştirilmesi ve örgütlere yönelik faydalı çıktılar elde edilmesi için çalışmanın farklı sektörlerde gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Elde edilen farklı sektör bulgularının kıyaslanması literatür açısından kayda değer sonuçlar sunacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda anket sayısı zaman ve maliyet kısıtı sebebiyle sınırlı

tutulmuştur. Anket sayısı artırılarak konu ile ilgili daha geliştirilebilir nitelikte sonuçlar elde edilmesi mümkündür.

Literatür incelendiğinde mevcut modelin daha önce araştırmalarda kullanılmadığı görülmektedir. Çalışma kapsamında etik liderlik tarzı kullanılmıştır. Fakat dönüşümcü liderlik, otokratik liderlik, etkileşimci liderlik, karizmatik liderlik, otantik liderlik, paternalist liderlik gibi farklı liderlik tarzları ile değişkenlerin analiz edilmesi liderlik literatürüne ışık tutacaktır. Aynı zamanda model üzerindeki aracı ve düzenleyici değişkenlerin değiştirilerek farklı modeller geliştirilmesi de literatür açısından katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Ahmad, I. ve Gao, Y. (2018). Ethical Leadership and Work Engagement The Roles Of Psychological Empowerment and Power Distance Orientation. *Management Decision*, 56(9), 1991-2005.
- Bakker, A. B., Albrecht, S.L. ve Leiter, M.P. (2011). Key Questions Regarding Work Engagement. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20(1), 4-28.
- Bakker, A.B. ve Demerouti, E. (2008). Towards A Model of Work Engagement. *Career Development Internationa*, 13(3), 209-223.
- Bakker, A.B., Schaufeli, W.B., Leiter, M.P. ve Taris T. (2008). Work Engagement: An Emerging Concept in Occupational Health Psychology. *Work and Stress*, 22(3), 187-200.
- Bal Taştan, S. ve Mousavi Davoudi, S. M. (2015). An Examination of the Relationship Between Leader-member Exchange and Innovative Work Behavior with the Moderating Role of Trust in Leader: A Study in the Turkish Context. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 181, 23-32
- Bandura, A. (1982). Self-Efficacy Mechanism in Human Agency, *American Psychological Association*, 37(2), 122-147.
- Bandura, A. ve Schunk, H. (1981). Cultivating Competence, Self-Efficacy, and Intrinsic Interest Through Proximal Self-Motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41(3), 586-598.
- Brown, M., Trevino, L. ve Harrison, D. (2005). Ethical Leadership: A Social Learning Perspective For Construct Development And Testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97, 117-134.
- Brown, M.E., Treviño, L.K. (2006). Ethical Leadership: A Review And Future Directions. *The Leadership Quarterly*, 17, 595-616.
- Chan, S.C.H. ve Mak, W. (2014). The Impact of Servant Leadership and Subordinates' Organizational Tenure on Trust in Leader And Attitudes. *Personnel Review*, 43(2), 272-287.
- Chen, G., Gully, S. M., & Eden, D. (2001). Validation of a new general self-efficacy scale. *Organizational research methods*, 4(1), 62-83.
- Chaudhary, R. Rangnekar, S. ve Barua, M.K. (2013). Engaged Versus Disengaged: The Role of Occupational Self-Efficacy, *Asian Academy of Management Journal*, 18(1), 91-108.
- Demir, N. (2008a). Liderlik Tarzlarının Örgütsel Adalet İle İlişkisi ve Lidere Olan Güvenin Bu İlişkideki Rolü. *Öneri Dergisi*, 8(30), 195-205.
- Demir, K. (2008b). Transformational Leadership and Collective Efficacy: The Moderating Roles of Collaborative Culture and Teachers' Self-Efficacy. *Eğitim Arastırmaları - Eurasian Journal of Educational Research*, 33, 93-112.
- Demirtaş, Ö. (2015). Ethical Leadership Influence at Organizations: Evidence From the Field. *Journal of Business Ethics*, 126(2), 273-284.
- Demirtaş, Ö. ve Karaca, M. (Ed.). (2020). *A Handbook of Leadership Styles*, 1st Edition, Cambridge Scholars Publishing.
- Demirtaş, Ö., Hannah, S. T., Gök, K., Arslan, A., ve Çapar, N. (2017). The Moderated Influence of Ethical Leadership, Via Meaningful Work, on Followers' Engagement, Organizational Identification and Envy. *Journal of Business Ethics*, 145(1), 183-199.

- Den Hartog, D.N. ve Belschak, F.D. (2012). Work Engagement and Machiavellianism in The Ethical Leadership Process. *Journal of Business Ethics*, 107, 35–47.
- Eden, D. ve Aviram, A. (1993). Self-Efficacy Training To Speed Reemployment: Helping People To Help Themselves. *Journal of Applied Psychology*, 78, 352 - 360.
- Engelbrecht, A.S, Heine, G. ve Mahembe, B. (2014). The Influence of Ethical Leadership on Trust and Work Engagement: An Exploratory Study. *SA Journal of Industrial Psychology*, 40(1), 1-9.
- Engelbrecht, A.S, Heine, G., ve Mahembe, B. (2017). Integrity, Ethical Leadership, Trust and Work Engagement. *Leadership and Organization Development Journal*, 38(3), 368-379.
- Engelbrecht, A.S.,Heine, G. ve Mahembe, B., (2015). “The Influence of Integrity and Ethical Leadership on Trust in The Leader”, *Management Dynamics*, 24(1), 2-10.
- Ferrin, D. L. ve Dirks, K.T., (2002). Trust in Leadership: Meta-Analytic Findings and Implications for Research and Practice. *Journal of Applied Psychology*. 87(4), 611 628.
- Groebner, D. F., Shannon, P. W. ve Fry, S. (1993). *Study Guide to Accompany: Business Statistics: A Decision-making Approach*. Merrill Publisher, Macmillan.
- Hakanen, J., Bakker, A.B., Schaufeli, W.B., (2006). Burnout and Work Engagement Among Teachers. *Journal of School Psychology*, 43, 495 – 513.
- Hassan, A. ve Ahmed, F. (2011). Authentic Leadership, Trust and Work Engagement. *International Journal of Human and Social Sciences*, 6(3), 164–170.
- Henson, R. K. (2001). Teacher Self-Efficacy: Substantive Implications and Measurement Dilemmas. *Annual Meeting of the Educational Research Exchange Book*, University of North Texas, 1-24.
- Hoch, J. E., Bommer, W. H., Dulebohn, J. H., ve Wu, D. (2018). Do Ethical, Authentic and Servant Leadership Explain Variance Above and Beyond Transformational Leadership? A Meta-Analysis. *Journal of Management*, 44(2), 501-529.
- Hsieh, C.C. ve Wang, D.S. (2015). Does Supervisor-Perceived Authentic Leadership Influence Employee Work Engagement Through Employee-Perceived Authentic Leadership and Employee Trust?. *The International Journal of Human Resource Management*, 26(18), 2329-2348
- Jaiswal, N.K. ve Dhar, R.L. (2016). Fostering Employee Creativity through Transformational Leadership: Moderating Role of Creative Self-Efficacy. *Creativity Research Journal*. 28(3), 367–371.
- Jordon, J., Brown, M.E., Treviño, L. K., Finkelstein, S. (2013). Someone to Look Up To: Executive–Follower Ethical Reasoning and Perceptions of Ethical Leadership. *Journal of Management*, 39(3), 660-683
- Kalshoven, K., Den Hartog, D. N. ve De Hoogh, A. H. B. (2011). Ethical Leadership at Work Questionnaire (ELW): Development and Validation of A Multidimensional Measure. *The Leadership Quarterly*, 22, 51–69.
- Kelloway, E.K., Turner, N., Barling, J. ve Loughlin, C. (2012). Transformational Leadership And Employee Psychological Well-Being: The Mediating Role of Employee Trust in Leadership. *Work&Stress*, 26(1), 39-55.
- Lunenburg, F.C. (2011). Self-Efficacy in the Workplace: Implications for Motivation and Performance. *International Journal of Management, Business and Administration*, 14(1), 1-6.
- Mitonga-Monga, J., Flotman, A.P. ve Cilliers, F. (2016). Work Place Ethics Culture and Work Engagement: The Mediating Effect of Ethical Leadership in A Developing World Context, *Journal of Psychology in Africa*, 26:4, 326-333
- Mo, S., Shi, J. (2017). Linking Ethical Leadership to Employee Burnout, Work Place Deviance and Performance: Testing the Mediating Roles of Trust in Leader and Surface Acting”, *Journal of Business Ethics*, 144, 293-303.
- Munir, F. ve Nielsen, K. (2009). Does Self-Efficacy Mediate The Relationship Between Transformational Leadership Behaviours and Healthcare Workers’ Sleep Quality? A Longitudinal Study, *Journal of Advanced Nursing*, 65(9), 1833-1843.
- Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*, Seçkin Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara.

S. K. Altınkaynak, S. Doğan

- Piccolo, R.F., Greenbaum, R., Denhartog, D.N. ve Folger R. (2010). The Relationship Between Ethical Leadership and Core Job Characteristics. *Journal of Organizational Behavior*, 31, 259-278.
- Podsakoff, P. M. ve Organ, D. W. (1986). "Self-Reports in Organizational Research: Problems And Prospects", *Journal of Management*, 12(4), 531-544.
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Moorman, R.H. ve Fetter, R., (1990). Transformational Leader Behaviors And Their Effects On Followers' Trust in Leader, Satisfaction and Organizational Citizenship Behaviors, *Leadership Quarterly*, 1(2), 107-142.
- Preacher, K. and Hayes, A.F. (2004). SPSS and SAS Procedures for Estimating Indirect Effects in Simple Mediation Models, *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36(4), 717-731.
- Ren, S. ve Chadee, D. (2017). Ethical Leadership, Self-efficacy and Job Satisfaction in China: the Moderating Role of Guanxi. *Personnel Review*, 46(2), 371-388.
- Rubin, R.S., Bommer, W.H. ve Bachrach, D.G. (2010). Operant Leadership and Employee Citizenship: A Question of Trust?", *The Leadership Quarterly*, 21(3), 400-408.
- Salanova, M., Lorente, L., Chambel, M.J. ve Martínez, I.M. (2011). Linking Transformational Leadership To Nurses' Extra-Role Performance: The Mediating Role of Self-Efficacy And Work Engagement, *Journal of Advanced Nursing*, 67(10), 2256-2266.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness studies*, 3(1), 71-92.
- Schaufeli, W., Bakker, A. ve Salanova, M. (2006). The Measurement of Work Engagement With a Short Questionnaire A Cross-National Study. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701-716.
- Schaufeli, W.B. ve Bakker, A. B. (2004). Job Demands, Job Resources and Their Relationship with Burnout and Engagement: A Multi-sample Study. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 293-315.
- Snyder C. R. ve Lopez S. (2002). *Handbook of Positive Psychology*. US:Oxford University Press.
- Ugwu, F.O., Onyishi, I.E. ve Rodríguez-Sánchez, A.M. (2014). Linking Organizational Trust With Employee Engagement: The Role of Psychological Empowerment, *Personnel Review*, 43(3), 377-400.
- Van den Akker, L., Heres, L., Lasthuizen, K., Six, F. (2009). Ethical Leadership and Trust: It's All About Meeting Expectations, *International Journal of Leadership Studies*, 5(2), 102-122.
- Velez, M. J. ve Neves, P. (2018). Shaping Emotional Reactions To Ethical Behaviors: Proactive Personality As A Substitute For Ethical Leadership. *The Leadership Quarterly*, 29, 663-673.
- Walumbwa, F.O., Lawler, J.J., Avolio, B.J., Wang, P., Shi, K. (2005). Transformational Leadership and Work-Related Attitudes: The Moderating Effects of Collective and Self-Efficacy Across Cultures, *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 11(3), 2-16.
- Walumbwa, F.O., Mayer, D.M., Wang, P., Wang, H., Workman, K., ve Christensen, A.L. (2011). Linking Ethical Leadership to Employee Performance: The Roles of Leader-Member Exchange, Self-Efficacy and Organizational Identification. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 115(2), 204-213
- Wang, D., Gan, C., Wu, C. ve Wang, D. (2015). Ethical Leadership and Employee Voice: Employee Self-Efficacy And Self-Impact As Mediators, *Psychological Reports: Employment Psychology and Marketing*, 116(3), 751-767.
- Wang, D.S ve Hsieh, C.C. (2013). The Effect of Authentic Leadership on Employee Trust and Employee Engagement. *Social Behavior And Personality*, 41(4), 613-624.
- Wong, C.A., Spence-Laschinger, H.K. ve Cummings, G.G. (2010). Authentic Leadership and Nurses' Voice Behaviour and Perceptions of Care Quality. *Journal of Nursing Management*, 18, 889-900.
- Zhang, X. ve Zhou, J. (2014). Empowering Leadership, Uncertainty Avoidance, Trust, And Employee Creativity: Interaction Effects and A Mediating Mechanism, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 124(2), 150-164.
- Zhu, W., Newman, A., Miao, Q. ve Hooke, A. (2013). Revisiting The Mediating Role of Trust in Transformational Leadership Effects: Do Different Types Of Trust Make A Difference?. *The Leadership Quarterly*, 24(1), 94-105.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).
4. Bu makale için etik kurul izni gerekmemektedir (Ethics committee permission is not required for this article).